

Pengaruh Kompensasi Digital dan Dukungan Sosial Followers Terhadap Kinerja Content Creator yang Dimediasi Oleh Motivasi Kerja (Studi Kasus Platform TikTok)

Meri Aguk Setiani ^{1*}, Sutarmin ²

^{1, 2} Universitas Peradaban Bumiayu, Indonesia

* setianimery12@gmail.com

Abstract

Urgensi penelitian ini adalah pentingnya memahami faktor yang memengaruhi kinerja *content creator* di era kerja digital, khususnya melalui kompensasi digital, dukungan sosial *followers*, dan motivasi kerja sebagai mekanisme yang memperkuat kinerja. TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan, sehingga menciptakan peluang yang besar bagi perkembangan profesi *content creator* dalam ekosistem pekerjaan digital. Namun, penelitian mengenai manajemen sumber daya manusia masih lebih banyak berfokus pada lingkungan kerja konvensional, sementara penelitian yang mengkaji kinerja dalam lingkungan kerja digital masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kompensasi digital dan dukungan sosial dari pengikut terhadap kinerja *content creator* TikTok, dengan motivasi kerja sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melalui penyebaran kuesioner kepada 180 *content creator* TikTok. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompensasi digital berpengaruh positif terhadap kinerja *content creator* ($t\text{-statistic} = 1,923 > 1,65$; $p\text{-value} = 0,027 < 0,05$) dan motivasi kerja ($t\text{-statistic} = 3,903 > 1,65$; $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$). Dukungan sosial dari pengikut juga berpengaruh positif terhadap kinerja *content creator* ($t\text{-statistic} = 3,146 > 1,65$; $p\text{-value} = 0,001 < 0,05$) dan motivasi kerja ($t\text{-statistic} = 11,182 > 1,65$; $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$). Selanjutnya, motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kinerja *content creator* ($t\text{-statistic} = 3,514 > 1,65$; $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$) dan memediasi hubungan antara kompensasi digital dan kinerja ($t\text{-statistic} = 2,741 > 1,65$; $p\text{-value} = 0,003 < 0,05$), serta hubungan antara dukungan sosial dari pengikut dan kinerja ($t\text{-statistic} = 3,135 > 1,65$; $p\text{-value} = 0,001 < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa kinerja *content creator* tidak hanya dipengaruhi oleh insentif finansial, tetapi juga oleh dukungan sosial dan dorongan psikologis yang diperoleh melalui interaksi dengan pengikut di platform TikTok.

Keywords: *Digital Compensation, Followers' Social Support, Work Motivation, Performance, Content Creators, TikTok.*

Pendahuluan

Teknologi informasi dan komunikasi mengalami perkembangan pesat dalam sepuluh tahun terakhir. Hal ini turut berkontribusi pada perkembangan aktivitas ekonomi digital melalui media sosial yang memunculkan ekosistem ekonomi kreator (*creator economy*) yang direpresentasikan oleh adanya profesi *content creator* (Abidin & Firdaus, 2025; Peres et al., 2024; Putri et al., 2025). Fenomena ini menciptakan pergeseran paradigma dalam dunia kerja, di mana aktivitas di platform digital tidak lagi hanya menjadi hobi, melainkan dapat menciptakan nilai ekonomi baru serta lapangan kerja di industri kreatif yang menjadi mesin penting bagi pertumbuhan ekonomi global (Zhao et al., 2024). Tren sektor ekonomi digital di Indonesia yang

diperkirakan akan terus meningkat tajam membuat profesi *content creator* semakin diminati (Fatah & Ngamal, 2025).

TikTok menjadi aplikasi yang memiliki durasi penggunaan harian tertinggi dibandingkan dengan aplikasi media sosial lainnya pada tahun 2025 (Data Reportal, 2025; We Are Social, 2025). Selain tingginya durasi penggunaan TikTok, jumlah pengguna aplikasi ini di Indonesia juga sangat tinggi. Data terbaru mengonfirmasi bahwa pada tahun 2025, Indonesia menjadi negara kedua di dunia yang memiliki jumlah pengguna TikTok terbanyak (Data Reportal, 2025). Hal tersebut turut membuka peluang besar bagi *content creator* untuk memperluas jangkauannya di ruang kerja digital guna membangun *followers* dan mendapatkan kompensasi digital. Aplikasi TikTok dapat dijadikan sebagai ruang perputaran ekonomi digital secara masif dengan adanya kompensasi melalui skema *gift*, kerja sama, ataupun fitur monetisasi lainnya kepada *content creator*. Adanya beberapa fitur yang mendukung interaksi antara *followers* dengan *content creator* turut menjadi sarana bagi *content creator* untuk mendapatkan dukungan sosial dari *followers*-nya. Besarnya jumlah pengguna TikTok memunculkan ekosistem baru di mana kompensasi digital dan dukungan sosial *followers* memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja *content creator*. Hal tersebut menjadi alasan peneliti memilih objek penelitian di platform TikTok.

Penelitian terdahulu berpendapat bahwa kualitas konten dan keterlibatan *audiens* merupakan metrik kunci untuk mengukur pencapaian *content creator* yang juga mendorong pembangunan ekonomi kreatif nasional (Dewi & Bachtiar, 2025). Lingkungan kerja digital yang dinamis dan kompetitif saat ini mengharuskan *content creator* untuk menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi kinerjanya. *Content creator* dituntut untuk mengoptimalkan kinerjanya guna mempertahankan eksistensi dan keterlibatan *audiens*-nya di dunia kerja digital. Dalam penelitian manajemen sumber daya manusia di dunia kerja konvensional, faktor eksternal dan internal dapat memengaruhi kinerja. Salah satu faktor eksternal yang dapat memengaruhi kinerja tersebut adalah kompensasi digital (Marzuki & Hakim, 2024). Di sisi lain, penelitian mengenai kinerja di lingkungan kerja digital masih terbatas. Dengan demikian, diperlukan penelitian lanjutan mengenai aspek apa saja yang dapat memengaruhi kinerja *content creator* yang bekerja di lingkungan digital.

Kompensasi diartikan sebagai imbalan yang diterima atas pekerjaan yang dilakukan individu, baik berbentuk finansial berupa uang ataupun non finansial yang diberikan secara langsung maupun tidak langsung (Jesy et al., 2026; Umroh & Sutarmin, 2024). Mekanisme kompensasi dalam platform TikTok yang diterima *content creator* diwujudkan melalui bagi hasil iklan, *live streaming*, *gift*, *endorsement fee*, hingga *affiliate* (Putri et al., 2025). Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja (Kamaludin, 2025; Wiyoga et al., 2025). Namun, dalam dunia kerja digital yang fluktuatif, kinerja *content creator* sering kali tidak dipengaruhi oleh kompensasi karena jumlahnya tidak stabil. Hal tersebut diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kinerja tidak dipengaruhi oleh kompensasi.

Dukungan sosial dari *followers* menjadi faktor eksternal lain yang diperkirakan dapat meningkatkan kinerja *content creator*. Dukungan sosial dalam dunia kerja digital diwujudkan dalam bentuk keterlibatan *audiens* atau konsumen (*customer engagement*) melalui interaksi seperti pemberian *likes*, komentar, maupun *shares* pada konten yang diunggah Matosas-López, 2024; Utami et al., 2026). Penelitian terdahulu mengenai pengaruh *customer engagement* yang memanifestasikan dukungan sosial dari *followers* menunjukkan adanya inkonsistensi hasil. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa dukungan sosial dari *followers* mampu memengaruhi

kinerja secara signifikan (Ratnawati et al., 2026). Namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa kinerja tidak dipengaruhi oleh dukungan sosial dari *followers* (Gaffar et al., 2023). Adanya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu dari variabel-variabel tersebut menjadikan peneliti menambahkan variabel motivasi kerja sebagai mediator antara pengaruh kompensasi digital dan dukungan sosial dari *followers* terhadap kinerja *content creator*.

Motivasi kerja merupakan kekuatan internal dan eksternal yang dapat mendorong seseorang untuk bertindak dan berprestasi secara optimal (Mirnawati & Indrawan, 2016). Kinerja terbaik individu didorong oleh adanya kekuatan psikologis berupa motivasi untuk mendapatkan kompensasi dan dukungan sosial *followers* (Febriantina et al., 2025). Dengan demikian, motivasi kerja dipilih menjadi mediator dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu di lingkungan kerja tradisional menegaskan bahwa motivasi kerja mampu menjadi mediator pengaruh kompensasi terhadap kinerja serta dukungan sosial terhadap kinerja (Putri et al., 2024; Suyanto & Hwihanus, 2024).

Berdasarkan uraian fenomena, *research gap*, serta urgensi model mediasi, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai variabel kompensasi digital, dukungan sosial *followers*, motivasi kerja, dan kinerja para *content creator*, khususnya di platform TikTok. Penelitian ini memiliki kebaruan berupa penerapan variabel-variabel yang umumnya digunakan untuk mengevaluasi kinerja pekerja di lingkungan kerja tradisional ke dalam konteks pekerja industri kreatif di lingkungan kerja digital. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara kompensasi digital dan dukungan sosial *followers* terhadap kinerja dengan peran mediasi motivasi kerja pada *content creator* di platform TikTok.

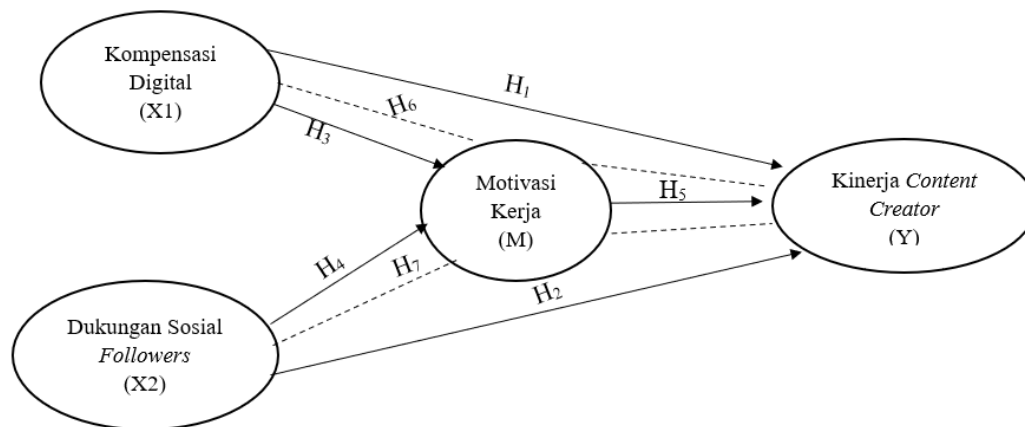
Metode

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada informan untuk menguji hubungan empiris yang diajukan. Penelitian ini berlokasi di wilayah Indonesia dan dilakukan pada bulan April hingga Mei 2026. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *content creator* aktif di TikTok yang berdomisili di Indonesia. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, teknik pengambilan sampel untuk penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria responden yang digunakan meliputi: (1) *content creator* yang aktif di TikTok, (2) berdomisili di Indonesia, (3) menggunakan akun pribadi (bukan milik perusahaan ataupun instansi), (4) jumlah *followers* minimal 1.000. Jumlah sampel yang disarankan dalam analisis SEM adalah sepuluh kali dari total indikator, sehingga total informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 180 *content creator*.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil survei dan data sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka. Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini berupa pendistribusian angket kuesioner tertutup berskala *likert* 1-5 kepada *content creator* secara daring melalui komentar ataupun *direct messages* di TikTok. Untuk mengukur variabel kinerja *content creator*, digunakan indikator yang meliputi kualitas, kuantitas, ketepatan waktu, dan efektivitas. Variabel kompensasi digital sendiri diukur menggunakan indikator seperti kompensasi langsung berupa insentif atau bonus, serta kompensasi tidak langsung berupa adanya pengakuan dan rasa nyaman (Lestari & Mahanani, 2024). Sementara indikator dari variabel dukungan sosial *followers* terdiri dari *responsiveness*, *attention*, *appreciation*, *emotional support*, *feedback quality*, *interaction intensity*, dan *availability* yang telah mengalami penyesuaian makna agar relevan dengan karakteristik interaksi di

platform TikTok (Darmanto & Ariyanti, 2021). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel motivasi meliputi kebutuhan fisiologi (*physiological needs*), kebutuhan rasa aman (*safety needs*), kebutuhan sosial (*social needs*), kebutuhan penghargaan (*esteem needs*), serta aktualisasi diri (*self actualization*) (Octaviani et al., 2025). Seluruh instrumen yang digunakan terlebih dahulu diuji validitasnya dengan melihat nilai *outer loading* yang dihasilkan pada uji *convergent validity* di *smarPLS*. Sementara untuk reliabilitas instrumen sendiri diuji dengan melihat perolehan nilai *AVE*, *composite reliability* dan *cronbach's alpha* pada evaluasi *construct validity* dan *reliability* di SmartPLS.

Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS* 4 versi 4.1.1.8. Tahapan analisis data meliputi 2 evaluasi utama, yakni: (1) evaluasi *outer model* guna memastikan validitas dan reliabilitas, serta (2) evaluasi *inner model* untuk menguji hipotesis *direct effect* dan *indirect effect* (Hair et al., 2017). Adapun model penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan gambar 1, dapat dijelaskan bahwa kompensasi digital dan dukungan sosial *followers* dihipotesiskan memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja *content creator*, serta pengaruh tidak langsung melalui motivasi kerja. Kompensasi digital dan dukungan sosial *followers* diprediksi dapat meningkatkan motivasi kerja *content creator* yang nantinya akan berdampak pada peningkatan kinerja *content creator* TikTok.

Hasil

Gambaran Umum Responden

Tabel 1. Data Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	17	9%
Perempuan	163	91%
Usia	Jumlah	Persentase
17 – 30 tahun	161	89%
31 – 45 tahun	18	10%
46 – 55 tahun	1	1%
>55 tahun	0	0%
Wilayah	Jumlah	Persentase
Sumatra	18	10%
Jawa	150	83%

Bali & Nusa Tenggara	4	2%
Kalimantan	3	2%
Sulawesi	3	2%
Maluku & Papua	2	1%
Kepemilikan Akun	Jumlah	Persentase
Akun Pribadi	180	100%
Bukan Akun Pribadi	0	0

Berdasarkan hasil tabel 1, didapatkan data primer yang menunjukkan bahwa informan dalam penelitian ini didominasi oleh *content creator* berjenis kelamin perempuan (91%) berusia 17 – 30 tahun (89%) dan berdomisili di Pulau Jawa (83%). Seluruh informan dipastikan memiliki akun TikTok pribadi dengan jumlah *followers* lebih dari 1.000, sehingga membuktikan bahwa informan yang digunakan sudah sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

Analisis Deskriptif

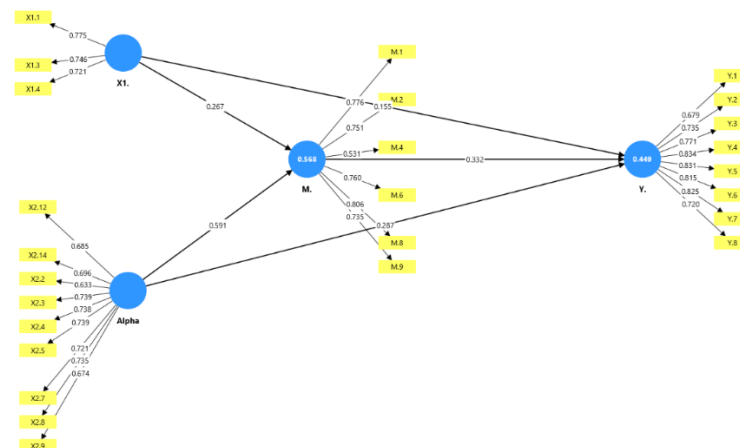
Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif

No.	Variabel	Jumlah	Kriteria
1	Kompensasi Digital	141,27	Tinggi
2	Dukungan Sosial <i>Followers</i>	133,02	Tinggi
3	Motivasi Kerja	128,33	Tinggi
4	Kinerja <i>Content creator</i>	135,4	Tinggi

Berdasarkan data pada Tabel 2, seluruh variabel penelitian berada dalam kategori tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap setiap variabel yang diteliti. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel penelitian secara keseluruhan telah memberikan pandangan, persepsi, dan pengalaman yang baik bagi *content creator* dalam konteks penelitian.

Evaluasi Outer Model

Convergent Validity



Gambar 2. Hasil Evaluasi Outer Model

Berdasarkan gambar 2, didapatkan hasil validitas konvergen dari setiap instrumen yang digunakan dalam penelitian yang dievaluasi dengan melihat nilai *outer loading* dari setiap indikator penelitian. Nilai *outer loading* > 0,50 menunjukkan bahwa indikator dianggap valid dan layak digunakan selama konstruksya tetap memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Secara lebih jelas, hasil tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Evaluasi Validitas Konvergen

Variabel	Kode	Outer Loading	Kesimpulan
Kompensasi Digital	X1.1	0,775	Valid
	X1.3	0,746	Valid
	X1.4	0,721	Valid
Dukungan Sosial <i>Followers</i>	X2.2	0,633	Valid
	X2.3	0,739	Valid
	X2.4	0,738	Valid
	X2.5	0,739	Valid
	X2.7	0,721	Valid
	X2.8	0,735	Valid
	X2.9	0,674	Valid
	X2.12	0,685	Valid
	X2.14	0,696	Valid
Motivasi Kerja	M.1	0,776	Valid
	M.2	0,751	Valid
	M.4	0,531	Valid
	M.6	0,760	Valid
	M.8	0,806	Valid
	M.9	0,735	Valid
Kinerja <i>Content creator</i>	Y.1	0,679	Valid
	Y.2	0,735	Valid
	Y.3	0,771	Valid
	Y.4	0,834	Valid
	Y.5	0,831	Valid
	Y.6	0,815	Valid
	Y.7	0,825	Valid
	Y.8	0,720	Valid

Hasil evaluasi validitas konvergen yang ditunjukkan oleh gambar 2 dan tabel 3 di atas menunjukkan bahwa setelah mengeliminasi item pernyataan yang tidak memenuhi kriteria dan memengaruhi nilai AVE (X1.2, X2.1, X2.6, X2.10, X2.11, X2.13, M.3, M.5, M.7, dan M.10), seluruh item pernyataan yang tersisa memiliki nilai *outer loading* > 0,50 dan dinyatakan valid.

Construct Validity and Reliability

Evaluasi validitas dan reliabilitas penelitian ini ditinjau dari perolehan nilai AVE, *composite reliability* (ρ_c), serta *cronbach's alpha*. Variabel dikatakan valid dan reliabel jika nilai AVE > 0,5, *composite reliability* > 0,70, serta *cronbach's alpha* > 0,70 (Hair et al., 2019).

Tabel 4. Evaluasi Konstruk Validitas dan Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (ρ_a)	Composite reliability (ρ_c)	Average variance extracted (AVE)
M	0,824	0,841	0,872	0,536
X1	0,608	0,613	0,792	0,559
X2	0,875	0,876	0,900	0,501
Y	0,906	0,907	0,924	0,606

Berdasarkan hasil pada tabel 4, seluruh variabel memenuhi semua kriteria yang ditetapkan, sehingga variabel-variabel yang digunakan dinyatakan valid dan reliabel. Meskipun variabel kompensasi digital memiliki nilai *cronbach's alpha* < 0,70, hal itu disebabkan oleh eliminasi item pada tahap evaluasi *outer model* yang mengakibatkan sedikitnya jumlah indikator yang digunakan dan nilai *cronbach's alpha* cenderung lebih sensitif terhadap jumlah indikator. Dalam analisis SEM-PLS, nilai *composite reliability* lebih dianjurkan untuk mengukur reliabilitas suatu variabel karena hasilnya lebih akurat dan stabil. Sehubungan dengan terpenuhinya kriteria nilai

AVE dan *composite reliability* (ρ_c), maka konstruk penelitian ini tetap dinyatakan valid dan reliabel.

Discriminant Validity

Evaluasi validitas diskriminan pada penelitian ini ditinjau melalui 3 pendekatan, yakni *Fornell-Larcker*, *cross loading*, dan *HTMT*. Mengacu pada Henseler et al. (2015), pendekatan *HTMT* lebih disarankan untuk mengevaluasi validitas diskriminan. Hasil evaluasi validitas diskriminan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Evaluasi HTMT

<i>Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)</i>	
X1 <-> M	0,756
X2 <-> M	0,826
X2 <-> X1	0,624
Y <-> M	0,705
Y <-> X1	0,626
Y <-> X2	0,660

Merujuk pada tabel 5 mengenai hasil pengujian diskriminan melalui pendekatan *HTMT* tersebut, dapat dilihat bahwa seluruh variabel dinyatakan valid secara diskriminan karena nilainya sesuai dengan kriteria *HTMT* atau lebih kecil dari 0,85 (Henseler et al., 2015). Dari perolehan tersebut, dapat diartikan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian dapat dibedakan dengan baik dan layak untuk diuji pada tahap berikutnya.

Evaluasi Inner Model

Collinearity Statistic (Inner VIF)

Pengujian ini dilakukan untuk memastikan tidak adanya gejala multikolinearitas pada model penelitian. Jika nilai *VIF* < 5, maka model dinyatakan tidak mengalami masalah multikolinearitas (Pramita & Mukhroji, 2026). Hasil evaluasi kolinearitas ditunjukkan pada table berikut:

Tabel 6. Hasil Evaluasi Collinearity Statistic (Inner VIF)

Variabel	VIF
M -> Y	2,313
X1 -> M	1,277
X1 -> Y	1,442
X2 -> M	1,277
X2 -> Y	2,086

Berdasarkan hasil evaluasi yang ditunjukkan oleh tabel 6 di atas, nilai *VIF* < 5. Hal tersebut membuktikan bahwa model penelitian terbebas dari masalah multikolinearitas dan tidak mengalami bias antar variabel laten.

R-square

Pengujian koefisien determinasi (*R-Square*/ R^2) dilakukan untuk melihat kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen. Nilai $R^2 > 0,75$ merepresentasikan bahwa kontribusinya kuat, 0,5 berkontribusi sedang, dan 0,25 berkontribusi lemah (Pratondo et al., 2024).

Tabel 7. Hasil Evaluasi R^2

Variabel	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Motivasi Kerja (M)	0,568	0,563
Kinerja Content creator (Y)	0,449	0,440

Berdasarkan tabel 7 di atas, dapat dilihat bahwa 56,8% variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan motivasi kerja yang dibuktikan dengan perolehan nilai R^2 sebesar 0,568, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel kompensasi digital, dukungan sosial *followers*, dan motivasi kerja juga mampu menjelaskan variabel kinerja *content creator* sebesar 44,9% yang dibuktikan dengan perolehan R^2 sebesar 0,449. Sementara perolehan nilai R^2 *adjusted* sebesar 0,563 pada variabel motivasi kerja menunjukkan bahwa variabel tersebut dapat dijelaskan oleh variabel eksogen sebesar 56,3%. Selain itu, variabel kinerja *content creator* dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dalam penelitian sebesar 44% yang dibuktikan dengan hasil nilai R^2 *adjusted* pada variabel tersebut yang bernilai 0,440. Dengan demikian, variabel eksogen mampu berkontribusi moderat dalam menjelaskan variabel endogen.

F-square

Kekuatan kontribusi variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model penelitian diukur menggunakan nilai F^2 yang dikategorikan menjadi 3, yakni 0,02 menunjukkan pengaruh rendah, 0,15 sedang, dan 0,35 kuat (Purwati et al., 2026).

Tabel 8. Hasil Uji F2

Variabel	f-square	Kategori
M → Y	0,086	Rendah
X1 → M	0,129	Rendah
X1 → Y	0,030	Rendah
X2 → M	0,633	Kuat
X2 → Y	0,072	Rendah

Berdasarkan tabel 8 di atas, dapat dilihat bahwa sebagian besar hubungan antar variabel berada pada kategori rendah, kecuali hubungan antara variabel dukungan sosial *followers* terhadap motivasi kerja yang menunjukkan nilai F^2 0,633 dan berada pada kategori kuat.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* pada software SmartPLS. Hubungan antar variabel dinyatakan signifikan dan hipotesis diterima jika memenuhi kriteria nilai t -statistic > 1,65 dan p -value < 0,05.

Tabel 9. Output Direct Effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
M → Y	0,332	0,334	0,094	3,514	0,000
X1 → M	0,267	0,269	0,068	3,903	0,000
X1 → Y	0,155	0,154	0,080	1,923	0,027
X2 → M	0,591	0,595	0,053	11,182	0,000
X2 → Y	0,287	0,289	0,091	3,146	0,001

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang ditunjukkan oleh tabel 9 di atas, maka keputusan untuk menolak atau menerima hipotesis pengaruh langsung dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1). Pengaruh kompensasi digital terhadap kinerja *content creator* memperoleh nilai t -statistic (1,923) yang lebih besar dari 1,65, serta p -value (0,027) < 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, kompensasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja *content creator* TikTok. 2). Pengaruh dukungan sosial *followers* terhadap kinerja *content creator* memperoleh nilai t -statistic (3,146) yang lebih besar dari 1,65, serta p -value (0,001) < 0,05, sehingga didapatkan keputusan H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya, dukungan sosial

followers memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja *content creator* TikTok. 3). Pengaruh kompensasi digital terhadap motivasi kerja memperoleh nilai *t-statistic* (3,903) yang lebih besar dari 1,65, serta *p-value* (0,000) < 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya, kompensasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja *content creator* TikTok. 4). Pengaruh dukungan sosial *followers* terhadap motivasi kerja memperoleh nilai *t-statistic* (11,182) yang lebih besar dari 1,65, serta *p-value* (0,000) < 0,05. Dengan demikian, keputusan yang diambil adalah menolak H_0 dan menerima H_4 . Artinya, dukungan sosial *followers* berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja *content creator* TikTok. 5). Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja *content creator* memperoleh nilai *t-statistic* (3,514) yang lebih besar dari 1,65, serta *p-value* (0,000) < 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, diputuskan bahwa H_0 ditolak dan H_5 diterima. Artinya, motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja *content creator* TikTok.

Pengujian Mediasi

Pengujian mediasi digunakan untuk mengevaluasi pengaruh tidak langsung dari kompensasi digital dan dukungan sosial *followers* terhadap kinerja *content creator* TikTok melalui peran mediasi motivasi kerja. Kriteria yang digunakan yakni jika *t-statistik* > 1,65 dan *p-value* < 0,05, maka hipotesis penelitian diterima (Hair et al., 2019).

Tabel 10. Output Indirect Effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> M -> Y	0,088	0,088	0,032	2,741	0,003
X2 -> M -> Y	0,196	0,200	0,063	3,135	0,001

Berdasarkan tabel 10 di atas, maka keputusan yang diambil terkait hipotesis diuraikan sebagai berikut:

1). Pengaruh kompensasi digital terhadap kinerja *content creator* melalui motivasi kerja memperoleh nilai *t-statistik* sebesar 2,741 yang lebih dari 1,65, serta *p-value* sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, keputusan yang diambil yakni H_0 ditolak dan H_6 diterima, artinya motivasi kerja mampu menjembatani pengaruh kompensasi digital terhadap kinerja *content creator* di platform TikTok. 2). Pengaruh dukungan sosial *followers* terhadap kinerja *content creator* melalui motivasi kerja memperoleh nilai *t-statistik* sebesar 3,135 yang lebih dari 1,65, serta *p-value* sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, keputusan yang diambil yakni H_0 ditolak dan H_7 diterima, artinya motivasi kerja mampu menjadi mediator pengaruh dukungan sosial *followers* terhadap kinerja *content creator* di platform TikTok.

Kesesuaian Model (Model Fit)

Tingkat kesesuaian model penelitian dengan data yang digunakan dievaluasi menggunakan model fit yang ditinjau dari besarnya nilai *SRMR*. Nilai *SRMR* < 0,10 membuktikan bahwa model memenuhi kriteria *goodness of fit* dan layak digunakan (Hair et al., 2019).

Tabel 11. Output Evaluasi Model Fit

	Saturated model	Estimated model
<i>SRMR</i>	0,083	0,083
<i>d_ ULS</i>	2,421	2,421
<i>d_ G</i>	0,878	0,878
<i>Chi-square</i>	879,014	879,014
<i>NFI</i>	0,685	0,685

Berdasarkan Tabel 11, nilai *SRMR* sebesar 0,083 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kesesuaian yang memadai. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa perbedaan antara matriks korelasi yang diobservasi dan matriks yang diestimasi masih berada dalam batas yang dapat diterima, sehingga model dinilai layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Pembahasan

Pengaruh Kompensasi Digital Terhadap Kinerja Content Creator

Hasil pengujian *bootstrapping* menunjukkan bahwa kompensasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja *content creator*. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan diperolehnya nilai t-statistik sebesar $1,923 > 1,65$ dan *p-value* $0,027 < 0,05$ yang mengindikasikan bahwa semakin banyak kompensasi digital yang mencakup *gift*, *endorsement*, kerja sama iklan, hasil *affiliate*, maupun apresiasi, kenyamanan bekerja secara digital, dan peningkatan jangkauan *audiens* yang diterima, maka kuantitas dan kualitas konten yang dihasilkan *content creator* akan meningkat serta mereka juga akan menjaga konsistensi postingannya di TikTok.

Temuan ini sejalan dengan *Social Exchange Theory* dari studi terdahulu yang mengemukakan bahwa individu cenderung memberikan respon positif ketika menerima penghargaan (Blau, 2017). Sekaligus mendukung penelitian (Dahlia & Fadli (2022; Kamaludin, 2025; Wiyoga et al., 2025). Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh perspektif responden yang merasa bahwa penghargaan algoritma TikTok dalam bentuk rekomendasi konten dan jumlah penonton yang meningkat sudah sebanding dengan karya mereka, sehingga dapat dikatakan bahwa perpaduan kompensasi digital berbentuk finansial dan non finansial sangat penting untuk meningkatkan kinerja *content creator* di tengah persaingan lingkungan kerja digital yang ketat.

Pengaruh Dukungan Sosial Followers Terhadap Kinerja Content Creator

Hasil evaluasi *direct effect* menunjukkan bahwa dukungan sosial dari *followers* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja *content creator*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistik sebesar $3,146 > 1,65$ dan *p-value* $0,001 < 0,05$, yang artinya semakin besar dukungan sosial yang diterima, maka semakin meningkat pula kinerja *content creator*. Dukungan sosial dalam bentuk perhatian, dukungan emosional, komentar yang membangun, penghargaan, dan keterlibatan aktif dari *followers* berperan sebagai penguat psikologis yang membuat *content creator* merasa dihargai, sehingga mereka akan berusaha mempertahankan konsistensi, dan meningkatkan kualitas konten yang mereka unggah. Hasil ini sejalan dengan *Social Exchange Theory* yang didasarkan pada prinsip resiprositas, di mana dukungan dari *followers* menghasilkan respon positif dari *content creator* untuk memberikan penampilan terbaik.

Hasil ini juga diperkuat oleh tingginya jawaban responden yang merasakan peran aktif *followers* mereka yang bukan hanya sebagai penonton, tetapi juga menjadi sumber dorongan emosional melalui pesan motivasi ketika *content creator* menghadapi tantangan kreatif. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa selain menciptakan konten yang menarik, *content creator* juga perlu menjaga hubungan yang kuat dengan *followers-nya* demi mengoptimalkan kinerja mereka sebagai *content creator* di platform TikTok.

Pengaruh Kompensasi Digital Terhadap Motivasi Kerja

Analisis melalui *bootstrapping* membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan dari kompensasi digital terhadap motivasi kerja *content creator* TikTok. Hal ini ditunjukkan oleh perolehan nilai t-statistik $3,903 > 1,65$ dan *p-value* $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa

kompensasi digital yang diperoleh dari platform TikTok efektif dalam memicu semangat produktivitas *content creator*. Artinya, semakin tinggi kompensasi digital yang diterima *content creator* TikTok yang mencakup *gift*, *endorsement*, kerja sama iklan, *affiliate*, maupun pengakuan, rasa nyaman, dan kebebasan berekspresi, semakin tinggi pula motivasi kerja mereka karena kebutuhan dasar, rasa aman, penerimaan, dan kesempatan untuk berkembang semakin terpenuhi.

Ketika alokasi waktu, kreativitas, dan kerja keras *content creator* mendapatkan imbalan yang sebanding, maka akan terakumulasi menjadi dorongan internal yang kuat untuk terus berkarya, dan meningkatkan potensi diri. Hasil ini sejalan dengan *Self-determination Theory* yang menyatakan bahwa stimulus eksternal berupa penghargaan diinternalisasi sebagai penggerak psikologis bagi individu. Hasil ini juga memperkuat temuan terdahulu (Ardinaya et al., 2022; Sholihah et al., 2025). Argumen akademis tersebut semakin kuat dengan adanya tanggapan sebagian besar responden yang mengonfirmasi bahwa sistem monetisasi, suasana kerja di ruang digital, dan bantuan algoritma TikTok dalam meningkatkan eksposur *audiens* telah mencapai tingkat yang optimal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kompensasi digital yang adil dan sesuai penting untuk memastikan motivasi *content creator* dalam menghasilkan konten yang berkualitas.

Pengaruh Dukungan Sosial Followers Terhadap Motivasi Kerja

Berdasarkan analisis *bootstrapping*, dukungan sosial *followers* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja *content creator*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-statistik yang dihasilkan sebesar $11,182 > 1,65$ dan *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien yang didapat juga menjadi yang tertinggi sehingga dapat dikatakan bahwa aspek ini berperan paling kuat dalam meningkatkan semangat kerja *content creator*. Respon emosional, pengakuan, dan keterlibatan aktif dari *followers* tidak hanya sekadar menjadi pelengkap, melainkan menjadi bentuk dukungan psikologis yang membuat *content creator* merasa hasil karyanya bermakna, sehingga memicu motivasi internal untuk tetap konsisten berkarya, berinovasi, serta mempertahankan eksistensi mereka. Artinya, semakin tinggi dukungan sosial *followers* yang diterima *content creator* TikTok, seperti dukungan emosional, tanggapan, *likes*, komentar positif, pujian, umpan balik, loyalitas menonton, dan ketersediaan *followers*, semakin tinggi pula motivasi kerja *content creator* karena merasa dihargai, didukung, serta mampu memenuhi kebutuhan sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri *content creator*.

Hasil ini selaras dengan *Self-determination Theory* dari (Deci et al., 1985). terutama dalam pemenuhan hubungan sosial (*relatedness*), di mana kedekatan emosional dalam komunitas digital mampu mengubah dukungan eksternal menjadi motivasi intrinsik yang kuat. Studi terdahulu turut mengonfirmasi temuan studi ini (Faturrohman et al., 2025; Hudhriah et al., 2024; Skrzek-Lubasińska et al., 2024). Argumentasi ini semakin diperkuat oleh adanya data jawaban informan yang mencatat tingginya atensi penonton melalui pemberian pujian dan interaksi aktif dari *followers* yang menunjukkan bahwa *followers* merupakan pilar penting yang secara signifikan menjaga stabilitas psikologis serta motivasi kerja *content creator* untuk mencapai performa maksimal.

Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Content Creator

Hasil uji *bootstrapping* menunjukkan nilai t-statistik $3,514 > 1,65$ dan *p-value* $0,000 < 0,05$ yang membuktikan bahwa motivasi kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja *content creator* TikTok. Hal tersebut berarti bahwa peningkatan motivasi kerja *content creator* yang didorong oleh terpenuhinya kebutuhan fisiologis, rasa aman,

keterhubungan sosial, penghargaan, dan pengembangan kreativitas berkontribusi terhadap peningkatan kualitas, kuantitas, efektivitas, serta konsistensi mereka dalam berkarya di platform TikTok.

Motivasi kerja *content creator* TikTok dikatakan berhubungan langsung dengan peningkatan performa mereka. Temuan empiris ini sejalan dengan *Self-determination Theory* yang menekankan bahwa kombinasi antara stimulus intrinsik dan ekstrinsik akan mendorong individu untuk meraih performa terbaiknya. Hasil ini juga menguatkan studi dari (Widiarsa et al., 2023; Ratnaningtyas et al., 2024). Argumen tersebut semakin kuat dengan adanya jawaban responden yang menunjukkan bahwa profesi sebagai *content creator* dianggap sebagai tempat strategis untuk tumbuh dan mengekspresikan potensi yang dimiliki secara optimal. Akibatnya, motivasi *content creator* tidak hanya berfokus pada aspek keuangan, melainkan juga pada hasrat untuk menciptakan karya yang bermakna, sehingga menjaga kestabilan motivasi kerja menjadi faktor penting karena berhubungan langsung dengan konsistensi dan kinerja mereka di dunia kerja digital.

Pengaruh Kompensasi Digital Terhadap Kinerja Content Creator melalui Motivasi Kerja

Evaluasi *indirect effect* menunjukkan bahwa motivasi kerja memiliki kemampuan mediasi yang positif dan signifikan terhadap pengaruh kompensasi digital terhadap kinerja *content creator* TikTok. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai pengujian mediasi di *SmartPLS* yang menunjukkan nilai t-statistik $2,741 > 1,65$ dan *p-value* $0,003 < 0,05$. Hasil tersebut menegaskan bahwa skema penghargaan dari platform TikTok tidak selalu langsung meningkatkan kinerja, melainkan perlu diinternalisasi terlebih dahulu sebagai rangsangan psikologis untuk meningkatkan semangat kerja *content creator*. Berdasarkan *Social Exchange Theory*, imbalan dalam bentuk finansial, kenyamanan digital, dan pengakuan sosial dianggap sebagai insentif eksternal yang memicu proses internalisasi motivasi, yang selanjutnya mendorong para *content creator* untuk memberikan umpan balik melalui performa yang maksimal.

Hasil penelitian ini mendukung studi terdahulu yang menegaskan bahwa motivasi mampu memediasi pengaruh kompensasi terhadap kinerja (Putri et al., 2024). Responden juga mengaku merasa bahwa perluasan jangkauan algoritma dan kepuasan finansial telah berkontribusi pada dorongan emosional untuk mewujudkan potensi diri secara optimal, yang juga memperkuat hasil temuan ini. Pengelolaan kompensasi digital yang optimal memiliki peran ganda yang strategis, yakni selain berfungsi sebagai dorongan terhadap kinerja secara langsung, di sisi lain juga berperan sebagai penggerak motivasi yang krusial untuk menciptakan hasil karya yang konsisten dan berkualitas.

Pengaruh Dukungan Sosial Followers Terhadap Kinerja Content Creator melalui Motivasi Kerja

Berdasarkan hasil uji mediasi yang menunjukkan nilai t-statistik $3,135 > 1,65$ dan *p-value* $0,001 < 0,05$, yang membuktikan bahwa motivasi kerja mampu memediasi pengaruh dukungan sosial *followers* terhadap kinerja *content creator* TikTok secara signifikan. Hal tersebut berarti bahwa perhatian dan pengakuan dari *followers* tidak hanya dapat mengubah performa *content creator* menjadi lebih baik secara langsung, melainkan juga terlebih dahulu diterima sebagai pemicu motivasi kerja yang selanjutnya mendorong peningkatan kinerja mereka. Pola hubungan ini sejalan dengan *Social Exchange Theory* dan *Self-determination Theory*, di mana koneksi sosial dan interaksi aktif di komunitas digital dipandang sebagai jenis pertukaran sosial yang dapat memenuhi kebutuhan psikologis *content creator* yang selanjutnya memengaruhi kinerja *content creator*.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh temuan terdahulu dan diperkuat oleh tanggapan responden yang menunjukkan bahwa keterlibatan emosional dan dukungan aktif dari *followers* lebih dari sekadar interaksi biasa, melainkan dapat menjadi sumber energi yang nyata yang dapat memotivasi *content creator* untuk terus berkarya (Suyanto & Hwihanus, 2024). Dengan demikian, menjalin hubungan yang kuat dengan *followers* sangat penting karena dukungan sosial *followers* yang terpelihara akan meningkatkan motivasi internal *content creator* untuk menghasilkan karya yang lebih konsisten dan maksimal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis *PLS-SEM*, penelitian ini menemukan bahwa kompensasi digital berpengaruh positif terhadap kinerja ($t = 1,923$; $p = 0,027$) dan motivasi kerja ($t = 3,903$; $p = 0,000$) *content creator*. Dukungan sosial *followers* juga berpengaruh positif terhadap kinerja ($t = 3,146$; $p = 0,001$) dan motivasi kerja ($t = 11,182$; $p = 0,000$) *content creator*. Selain itu, motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kinerja ($t = 3,514$; $p = 0,000$) serta memediasi pengaruh kompensasi digital ($t = 2,741$; $p = 0,003$) dan dukungan sosial *followers* ($t = 3,135$; $p = 0,001$) terhadap kinerja *content creator* TikTok. Temuan ini menunjukkan bahwa apresiasi platform dan keterlibatan aktif *followers* tidak hanya meningkatkan kinerja secara langsung, tetapi juga menjadi dorongan psikologis yang memperkuat konsistensi, kreativitas, dan profesionalisme *content creator* dalam menghasilkan konten berkualitas. Oleh karena itu, *content creator* disarankan untuk meningkatkan pemahaman mengenai strategi monetisasi, menjaga komunikasi interaktif dengan *followers*, serta mengevaluasi kinerja akun secara berkala. TikTok juga disarankan untuk menyempurnakan sistem monetisasi yang transparan, meningkatkan fitur interaksi digital melalui penyaringan komentar negatif, serta menyediakan edukasi kreatif dan informasi algoritma yang lebih komprehensif.

Studi ini memiliki keterbatasan karena hanya menyoroti ekosistem ekonomi kreator TikTok, sampel yang masih terbatas, serta variabel yang belum mencakup semua aspek dari industri kreatif ekonomi digital. Dengan demikian, peneliti yang akan datang disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menyertakan variabel baru yang berkaitan, seperti kreativitas, *personal branding*, atau *work-life balance*. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat meneliti di platform digital lain seperti Instagram atau YouTube dengan ukuran sampel yang lebih banyak dan distribusi wilayah yang lebih luas guna mendapatkan generalisasi data yang lebih representatif dan mendalam mengenai kinerja *content creator*.

Acknowledgment

-

Daftar Pustaka

- Abidin, S. A., & Firdaus, D. (2025). Peran content creator dalam meningkatkan jangkauan dan brand awareness UMKM Lalapan Kelapa Gading melalui optimalisasi media sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 915–929. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i3.2323>.
- Ardinaya, E. K., Subiyanto, D., & Septyarini, E. (2022). Pengaruh kompensasi, lingkungan kerja, dan dukungan organisasi pada masa pandemi COVID-19 terhadap motivasi kerja karyawan di My Tours and Travel. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 5(2), 205–221. <https://doi.org/10.36085/jam-ekis>

- Blau, P. M. (2017). *Exchange and power in social life* (2nd ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203792643>
- Dahlia, M., & Fadli, R. (2022). Pengaruh kompensasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan pada PT FYC Megasolusi di Tangerang Selatan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 667–679. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.623>
- Darmanto, R. F., & Ariyanti, A. (2021). Pengaruh organisasi pembelajaran, dukungan sosial, dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai PT Bank Mandiri Cabang Bekasi. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(2), 149. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i2.527>
- Data Reportal. (2025). Negara mana yang memiliki pengguna TikTok terbanyak pada tahun 2025? Data Reportal. Retrieved from https://datareportal.com/essential-tiktok-stats?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country Article Hyperlink&utm_campaign=Digital 2025&utm_term=Indonesia&utm_content=TikTok Stats Link
- Data Reportal. (2025). Statistik Media Sosial Indonesia Pada Tahun 2025. Data Reportal. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Springer US. <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>
- Dewi, I. R., & Bachtiar, W. (2025). Strategi komunikasi digital melalui produksi konten video oleh content creator di redaksi Suara.com. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(5), 2517–2531. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i5.7620>
- Fatah, M., & Ngamal, Y. (2025). Transformasi GovTech Indonesia dan paradoks ambisi digital. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam*, 10(2), 1–21. <https://doi.org/10.31538/altsiq.v10i2.7882>
- Faturrohman, S., Afif, F., Alexis, E. M. R., & Purwantini, L. (2025). Pengaruh dukungan sosial dan self-esteem terhadap motivasi kerja pada mahasiswa yang sudah bekerja. *Observasi: Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 3(1), 306–316. <https://doi.org/10.61132/observasi.v3i1.987>
- Febriantina, S., Daeli, J. N., Fadhliyah, K. A., Hanjani, U. A., & Febrila, Z. A. (2025). Kepemimpinan dan motivasi: Tinjauan literatur tentang pengaruhnya terhadap kinerja karyawan. *Journal of Student Research*, 3(5), 34–44. <https://doi.org/10.55606/jsr.v3i1.3505>
- Gaffar, V., Koeswandi, T. A., & Ciptagustia, A. (2023). Customer engagement: Eksplorasi customer relationship management dan media sosial di UMKM. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.35138/organum.v6i1.322>
- Hair, J. P., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hudhriah, S., Rahman, A. M., Rayhansyah, A., & Nisa, P. K. (2024). Peran komunitas virtual sebagai media dukungan emosional, sosial, dan peningkatan motivasi dalam pembelajaran jarak jauh. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(9), 486–491. <https://doi.org/10.55681/armada.v2i6.1337>

- Jesy, V. S., Timuneno, T., Maak, C. S., & Fanggidae, R. E. (2026). Pengaruh lingkungan kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan PT. Bina San Prima Kupang. *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 7(1), 409–417. <https://doi.org/10.70581/glory.v7i1.23374>
- Kamaludin. (2025). Pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1), 524–537. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.573>
- Lestari, Y., & Mahanani, E. (2024). Pengaruh digital leadership, komitmen organisasi, dan kompensasi terhadap kinerja karyawan usia milenial PT. Pegadaian Galeri24. *Jurnal Manajemen dan Perbankan (JUMPA)*, 11(3), 59–72. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v11i3.701>
- Marzuki, & Hakim, L. (2024). Pengaruh motivasi dan kompensasi terhadap kinerja pegawai di Dinas Perdagangan Kota Metro. *Peradaban Journal of Economic and Business*, 3(2), 134–151. <https://doi.org/10.59001/pjeb.v3i2.164>
- Matosas-López, L. (2024). Can customer engagement in social media be used as a predictor of operating revenue in SMEs? *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(4), 100380. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100380>
- Mirnawati, & Indrawan, I. (2016). Pengaruh kepemimpinan kepala sekolah terhadap motivasi kerja dan kinerja guru. *Ilmu Pendidikan: Jurnal Kajian Teori dan Praktik Kependidikan*, 1(2), 63–70. <https://doi.org/10.17977/um027v1i22016p063>
- Octaviani, S., Alamsyah, A., Indah, J., Rancasari, K., Bandung, K., & Barat, J. (2025). Analisis sistem penilaian kinerja terhadap motivasi kerja karyawan instalasi radioterapi di RS Hasan Sadikin Bandung. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 12(2), 1639–1656. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v12i2.4672>
- Peres, R., Schreier, M., Schweidel, D. A., & Sorescu, A. (2024). The creator economy: An introduction and a call for scholarly research. *International Journal of Research in Marketing*, 41(3), 403–410. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2024.07.005>
- Pramita, S. D., & Mukhroji. (2026). Pengaruh pengembangan kompetensi karier dan dukungan sosial terhadap keberlanjutan karier freelancer di Indonesia dengan efikasi diri sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 90–103. <https://doi.org/10.61722/jemba.v3i1.1878>
- Pratondo, K., Bidul, S., & Aisyah, S. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui citra perusahaan (Studi kasus pada bisnis ritel TokoMu). *Journal of Social Science Research*, 4, 3675–3686
- Purwati, D., Reniati, & Hamsani. (2026). Budaya organisasi, motivasi kerja, dan loyalitas kerja terhadap kinerja pegawai dengan mental health sebagai variabel moderating pada tenaga kependidikan di universitas. *JWM: Jurnal Wawasan Manajemen*, 14(1), 171–184. <https://doi.org/10.20527/jwm.v14i1.453>
- Putri, F. A., Sumarni, & Kurniawan, D. (2024). Pengaruh kompensasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan melalui motivasi kerja sebagai variabel intervening pada PT. Indah Cargo Logistik Jambi. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(2), 115–135. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2518>

- Putri, N. Q., Fauzia, P., Pu'asturi, W. A., & Permana, E. (2025). Analisis bisnis konten kreator sebagai alternative karir di era digital pada Gen Z di platform TikTok. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(6), 2441–2451. <https://doi.org/10.31604/jips.v12i6.2025>
- Ratnaningtyas, E. M., Wulandari, S., Nurani, P. A., & Puspitaningnala, D. R. R. (2024). Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Bank Perkreditan Rakyat (BPR) BKK Purworejo (PERSERODA) Kabupaten Purworejo. *JURNAL ECONOMINA*, 3(1), 116–122. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i1.1153>
- Ratnawati, D., Surajiyo, S., Nasruddin, N., & Suyadi, S. (2026). Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja Pegawai dengan Kompetensi sebagai Variabel Intervening di UPT Puskesmas Nawangsasi. *Journal Social Society*, 6(2), 1431–1443. <https://doi.org/10.54065/jss.6.2.2026.1283>
- Sholihah, A. R., Fauziah, M. M. R., Putri, D. M., Munir, B. M., Sari, M. A., Azahro, K. A., & Ariyadi, M. Y. (2025). Pengaruh kompensasi terhadap motivasi kerja karyawan perusahaan swasta di Karanganyar. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 4296–4302. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1216>
- Skrzek-Lubasińska, M., & Szban, J. M. (2024). Motivation in the gig economy: The incentive effect of digital platforms. A literature review. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 72(2), 95–116. <https://doi.org/10.33119/KNoP.2024.72.2.7>
- Suyanto, E. H., & Hwihanus. (2024). The influence of workload, work stress and social support on job performance in seafarers: Mediated by work motivation. *Jurnal Scientia*, 13(3), 224–233. <https://doi.org/10.58471/scientia.v13i03>
- Umroh, C. M. I., & Sutarmin, S. (2024). Pengaruh lingkungan kerja, beban kerja, kompensasi, dan komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis)*, 3(1), 67–80. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v3i1.6508>
- Utami, M. R., Santoso, H., & Dharmawan, L. (2026). Tingkat engagement terhadap konten confession pada akun Instagram @Noelalexander. *Educatoria: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(1), 71–85. <https://doi.org/10.36312/educatoria.v6i1.934>
- We Are Social. (2025). Social Media Apps: Average Daily Time Per User. We Are Social. Retrieved from <https://wearesocial.com/id/blog/2025/04/digital-2025-april-global-statshot-report/>
- Widiarsa, J., Sudarmawan, I. W. E., & Wardana, M. A. (2023). The influence of leadership style and work motivation on employee performance at Plagoo Holiday Hotel Nusa Dua. *Jurnal Pariwisata dan Bisnis*, 2(2), 540–552. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i2>
- Wiyoga, A. I., Kolefiyan, I., Hasanah, L. P., Amelya, S., Nuraini, E., & Fadli, A. A. (2025). Pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan yang dimediasi kepuasan kerja di perusahaan Karanganyar. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 3246–3252. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1010>
- Zhao, X., Shen, L., & Jiang, Z. (2024). The impact of the digital economy on creative industries development: Empirical evidence based on China. *PLOS ONE*, 19(3), 1–18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0299232>