

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif Data Penelitian

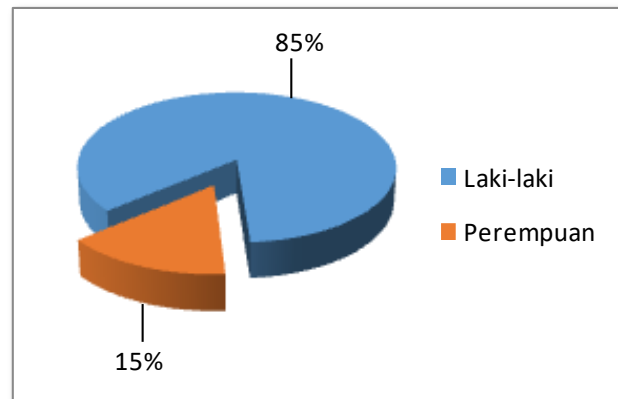
Di dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui identitas responden, melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang menjadi sampel penelitian. Pada analisis deskriptif ini, data responden dijelaskan melalui tabel tunggal. Data responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari penelitian dengan data sebagai berikut:

##### 4.1.1.1 Jenis Kelamin

**Tabel 4.1** Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Laki-laki	85	85.00%
Perempuan	15	15.00%

<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100.00%</b>
---------------	------------	----------------



**Gambar 4.1** Banyaknya Responden

Berdasarkan Jenis Kelamin

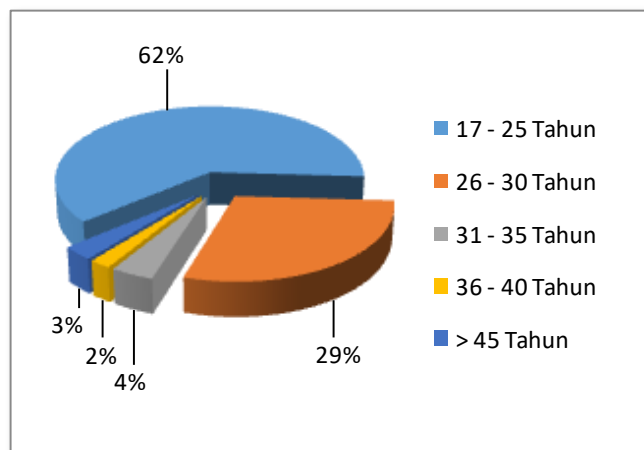
Tabel 4.1 dan Gambar 4.1 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan “Jenis Kelamin”. Mayoritas responden sebanyak 85 orang atau 85% adalah responden “laki-laki” dan sisanya adalah responden “perempuan” yakni sebanyak 15 orang atau 15%.

#### **4.1.1.2 Usia**

**Tabel 4.2** Banyaknya Responden Berdasarkan Usia

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
17 - 25 Tahun	62	62.00%
26 - 30 Tahun	29	29.00%

31 - 35 Tahun	4	4.00%
36 - 40 Tahun	2	2.00%
> 45 Tahun	3	3.00%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100.00%</b>



**Gambar 4.2** Banyaknya Responden  
Berdasarkan Usia

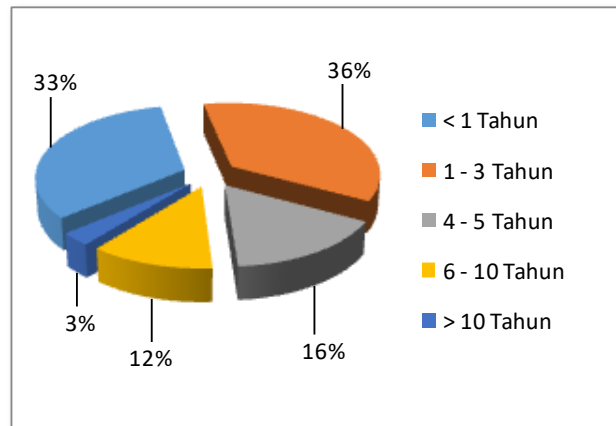
Tabel 4.2 dan Gambar 4.2 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan “usia”. Mayoritas responden sebanyak 62 orang atau 62% adalah responden yang berusia antara 17 tahun sampai dengan 25 tahun dan paling sedikit adalah responden yang berusia antara 36 tahun sampai dengan 40 tahun yakni sebanyak 2 orang atau 2%. Dari data ini dapat dilihat bahwa sebagian besar pekerja di Industri Film dan Animasi Kota Cimahi didominasi oleh kalangan

muda. Hal ini wajar karena industri kreatif di bidang film dan animasi lebih dapat menarik kalangan muda yang relevansinya dengan penggunaan teknologi terkini seperti misalnya teknik animasi dua dimensi dan tiga dimensi. Selain itu, industri kreatif ini merupakan industri yang terhitung baru dikembangkan di Kota Cimahi, sehingga sumber daya manusianya diserap langsung dari lulusan baru sekolah dan perguruan tinggi sekitar Cimahi.

#### ***4.1.1.3 Lama bekerja di Industri kreatif dan Telematika***

**Tabel 4.3** Banyaknya Responden Berdasarkan Lama bekerja di Industri kreatif dan Telematika

<b>Lama bekerja di Industri kreatif dan Telematika</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
< 1 Tahun	33	33.00%
1 - 3 Tahun	36	36.00%
4 - 5 Tahun	16	16.00%
6 - 10 Tahun	12	12.00%
> 10 Tahun	3	3.00%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100.00%</b>



**Gambar 4.3** Banyaknya Responden

Berdasarkan Lama bekerja di Industri kreatif dan Telematika

Tabel 4.3 dan Gambar 4.3 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan “Lama bekerja di Industri kreatif dan Telematika”. Mayoritas responden sebanyak 36 orang atau 36% adalah responden yang bekerja di Industri kreatif dan Telematika antara 1 tahun sampai dengan 3 tahun dan paling sedikit adalah responden yang bekerja di Industri kreatif dan Telematika lebih dari 10 tahun yakni sebanyak 3 orang atau 3%. Sebagian besar atau sebanyak 69% responden memiliki masa kerja kurang dari 3 tahun. Penyebabnya yakni karena industri ini masih mengalami perkembangan yang fluktuatif yang mengakibatkan *turn over rate* sumber daya manusia di industri ini terhitung tinggi. Hal yang perlu menjadi perhatian berbagai pihak adalah tingkat *turn over* karyawan di industri ini yang tinggi meskipun industri Film dan Animasi Cimahi sudah dirintis sejak lama. Faktor yang mempengaruhi hal tersebut di antaranya dukungan Pemerintah Kota Cimahi yang sempat mengalami naik-turun, terutama dalam

hal pendanaan, dan faktor Geografis Kota Cimahi yang bersebelahan dengan Kota Bandung juga cukup mempengaruhi. Kota Bandung yang industri kreatif dan digitalnya sudah lebih dulu berkembang melalui sektor swasta, pada umumnya lebih menarik para SDM di bidang Film dan Animasi dibandingkan di Kota Cimahi.

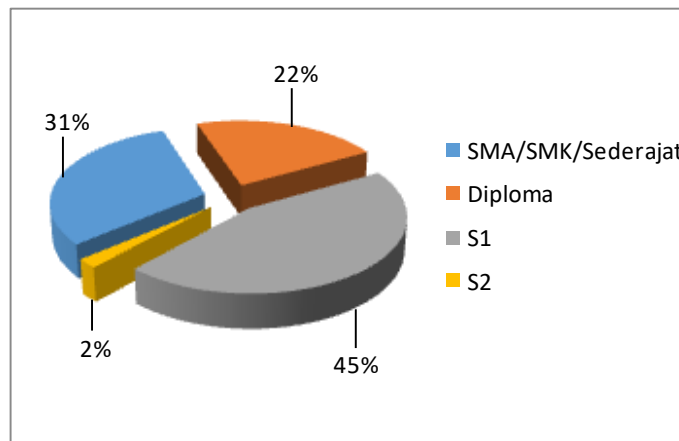
Berdasarkan wawancara terhadap pelaku usahanya, juga seringkali ditemukan pekerja yang berpindah pekerjaan ke industri lain. Hal lain yang ditemukan yakni sebagian pekerja merupakan lulusan baru dari sekolah atau perguruan tinggi yang langsung memilih bekerja di industri film & animasi Cimahi ini sehingga memiliki masa kerja yang belum lama.

#### ***4.1.1.4 Pendidikan Terakhir***

**Tabel 4.4** Banyaknya Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
SMA/SMK/Sederajat	31	31.00%
Diploma	22	22.00%
S1	45	45.00%
S2	2	2.00%
S3	0	0.00%

<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100.00%</b>
---------------	------------	----------------



**Gambar 4.4** Banyaknya Responden

Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4 dan Gambar 4.4 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan “Pendidikan Terakhir”. Mayoritas responden sebanyak 45 orang atau 45% adalah responden yang pendidikan terakhirnya adalah S1 dan paling sedikit adalah responden yang pendidikan terakhirnya adalah S2 yakni sebanyak 2 orang atau 2%. Selain jenjang pendidikan S1, jenjang pendidikan diploma dan SMA/SMK pun terhitung banyak. Hal ini karena kompetensi dan kemampuan teknis bidang film dan animasi dapat diperoleh dari jenjang pendidikan ini (vokasi). Dari pendidikan akademik, jenjang S1 memang paling banyak terserap di industri ini. Sementara jenjang S2 dan S3 belum begitu terserap

diperkirakan karena kebutuhan sumber daya manusia di industri ini sudah dapat terpenuhi dari jenjang yang lebih rendah. Seiring perkembangan industri, tidak menutup kemungkinan jenjang yang lebih tinggi ini akan menjadi kebutuhan dalam industri.

#### **4.1.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian**

Gambaran data hasil penelitian dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana tanggapan responden terhadap setiap variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap skor tanggapan responden. Analisis deskriptif dilakukan mengacu kepada setiap variabel yang ada pada variabel yang diteliti.

##### ***4.1.2.1 Variabel Personal Knowledge Management (PKM)***

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukkan sebagian besar menjawab “4” untuk “Setuju” terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel *Personal Knowledge Management (PKM)*. Dari 100 responden yang mengembalikan kuesioner diperoleh jawaban sebagai berikut:



**Tabel 4.5**

Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan pada Variabel

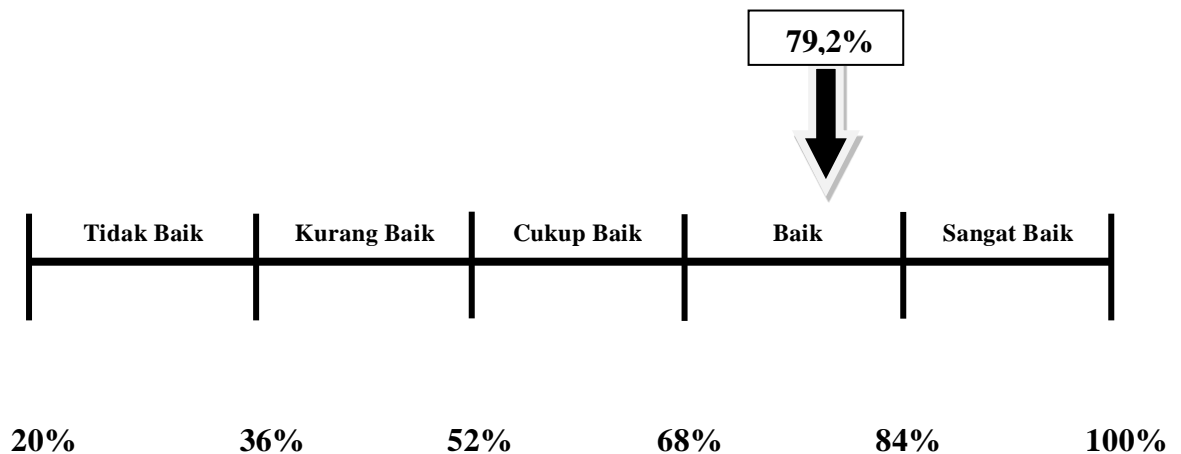
*Personal Knowledge Management (PKM)*

<i>Personal Knowledge Management (PKM)</i>						
<b>Instrumen</b>	<b>5 (Sangat Setuju)</b>	<b>4 (Setuju)</b>	<b>3 (Netral)</b>	<b>2 (Tidak Setuju)</b>	<b>1 (Sangat Tidak Setuju)</b>	<b>Skor</b>
<i>Connecting</i>						
1	44	38	14	3	1	421
2	34	39	18	6	3	395
3	30	39	19	8	4	383
<i>Sharing</i>						
4	39	39	15	5	2	408
5	29	39	20	9	3	382
<i>Collecting</i>						
6	41	42	12	3	2	417
7	28	47	18	6	1	395
8	22	39	30	8	1	373
<i>Learning</i>						
9	27	50	17	5	1	397

10	27	43	23	6	1	389
<b>Total</b>	<b>321</b>	<b>415</b>	<b>186</b>	<b>59</b>	<b>19</b>	<b>3960</b>
	(321x5)=1605	(415x4)=1660	(186x3)=558	(59x2)=118	(19x1)=19	

Pada variabel *Personal Knowledge Management* (PKM), dengan jumlah item pernyataan 10 butir dan jumlah responden 100 orang, diperoleh total skor sebesar 3960 dan skor idealnya sebesar 5000 ( $n \times \text{skor tertinggi} \times \text{banyaknya pertanyaan}$ ). Sehingga persentase tanggapan responden sebesar  $3960/5000 = 79,2\%$

Berdasarkan acuan kategorisasi yang telah ditentukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh hasil kategorisasi sebagai berikut.



Berdasarkan garis kontinum diatas, diketahui bahwa gambaran *Personal Knowledge Management* (PKM) termasuk dalam kategori baik. Secara detail, sebaran jawaban responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.6**

Sebaran Jawaban Responden terhadap Item Pernyataan pada  
Variabel *Personal Knowledge Management* (PKM)

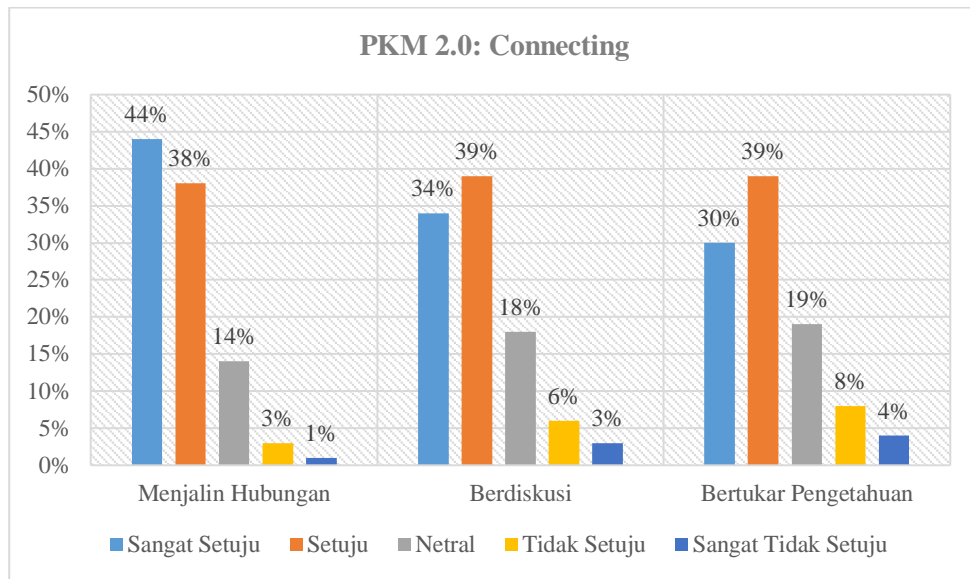
No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah
		5	4	3	2	1	
1	Saya menjalin hubungan atau koneksi dengan pihak internal maupun eksternal perusahaan atau industri kreatif dan telematika dengan menggunakan Web 2.0 (social network services, blog, document/presentation sharing, dan lain-lain)	44	38	14	3	1	100
		44.0%	38.0%	14.0%	3.0%	1.0%	100.0%
2	Saya berdiskusi tentang hal yang berkaitan dengan pekerjaan bersama karyawan lainnya dengan menggunakan Web 2.0 (social network services, blog, document/presentation sharing, dan lain-lain)	34	39	18	6	3	100
		34.0%	39.0%	18.0%	6.0%	3.0%	100.0%
3	Saya bertukar pengetahuan tentang hal yang berkaitan dengan pekerjaan bersama karyawan lainnya dengan menggunakan Web 2.0 (social network services, blog, document/presentation sharing, dan lain-lain)	30	39	19	8	4	100
		30.0%	39.0%	19.0%	8.0%	4.0%	100.0%

4	Saya berkomunikasi dengan karyawan lainnya dengan menggunakan Web 2.0 (social network services, blog, document/presentation sharing, dan lain-lain), contohnya: chatting atau berbalas e-mail	39	39	15	5	2	100
		39.0%	39.0%	15.0%	5.0%	2.0%	100.0%
5	Saya berbagi pengetahuan secara tertulis dengan menggunakan Web 2.0 (Contoh: mengeposkan artikel di blog atau social network services, membagikan document/presentation, dan lain-lain)	29	39	20	9	3	100
		29.0%	39.0%	20.0%	9.0%	3.0%	100.0%
6	Saya mengakses sumber pengetahuan, yang saya gunakan untuk membantu pekerjaan saya, dengan menggunakan Web 2.0 (social network services, blog, document/presentation sharing, dan lain-lain)	41	42	12	3	2	100
		41.0%	42.0%	12.0%	3.0%	2.0%	100.0%
7	Saya mengevaluasi sumber pengetahuan yang saya dapatkan dari Web 2.0 (social network services, blog, document/presentation sharing, dan lain-lain) sebelum mempergunakannya untuk membantu menyelesaikan pekerjaan	28	47	18	6	1	100
		28.0%	47.0%	18.0%	6.0%	1.0%	100.0%
8		22	39	30	8	1	100

	Saya dapat mengorganisir pengetahuan yang saya dapatkan dari Web 2.0 (bookmark, cloud storage, social network services, blog, document/presentation sharing, dan lain-lai	22.0%	39.0%	30.0%	8.0%	1.0%	100.0%
9	Saya dapat memahami pengetahuan yang saya dapatkan dari Web 2.0 (social network services, blog, document/presentation sharing, dan lain-lain) dengan pemahaman saya sendiri	27	50	17	5	1	100
		27.0%	50.0%	17.0%	5.0%	1.0%	100.0%
10	Saya dapat menginternalisasi/menggabungkan/mengkombinasikan pengetahuan yang saya dapatkan dari Web 2.0 (social network services, blog, document/presentation sharing, dan lain-lain) dengan pengetahuan yang telah saya miliki	27	43	23	6	1	100
		27.0%	43.0%	23.0%	6.0%	1.0%	100.0%

Terdapat 4 dimensi yang digunakan untuk mengukur PKM 2.0 pada penelitian ini, yakni *Connecting*, *Sharing*, *Collecting*, dan *Learning*.

### ***Connecting***



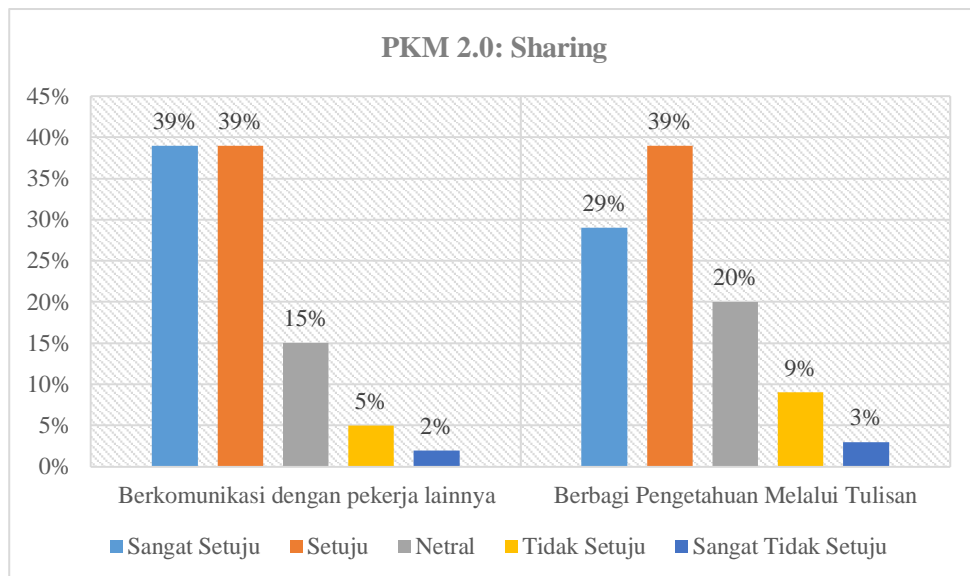
**Gambar 4.5** PKM 2.0: Connecting

Variabel *Connecting* diukur dengan tiga indikator yang masing-masing memiliki satu item pernyataan. Indikator-indikator tersebut yaitu menjalin hubungan, berdiskusi, dan bertukar pikiran.

Dari hasil survei untuk dimensi *Connecting*, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden telah memanfaatkan web 2.0 untuk membangun koneksi dan menjalin komunikasi yang baik dengan orang lain dengan menggunakan web 2.0. Kegiatan *connecting* yang pada umumnya dilakukan di antaranya adalah menambahkan teman di berbagai platform sosial media, berdiskusi di grup media sosial dan *messenger*, saling membalas komentar di berbagai sosial media, hingga bertukar pikiran di forum-forum profesional. Koneksi yang dibangun oleh para pekerja SDM Film & Animasi pada umumnya merupakan para profesional di bidang tersebut, rekan kerja, dan klien.

Sebuah media sosial untuk kalangan profesional, yakni LinkedIn, sudah banyak digunakan sebagai *platform* untuk membangun dan menjalin koneksi profesional di berbagai bidang industri. Demikian pula para pekerja Industri Film & Animasi Cimahi, sebagian di antaranya sudah mengetahui dan menggunakan LinkedIn untuk menampilkan profil profesionalnya. Namun, hanya sedikit yang benar-benar menggunakannya untuk membangun dan menjalin hubungan profesional, hingga berdiskusi dan bertukar pikiran terkait bidang film dan animasi. Adanya forum yang aktif dan termoderasi di LinkedIn untuk bidang film dan animasi di Kota Cimahi tentu akan menjadi nilai tambah bagi industri terkait.

### Sharing



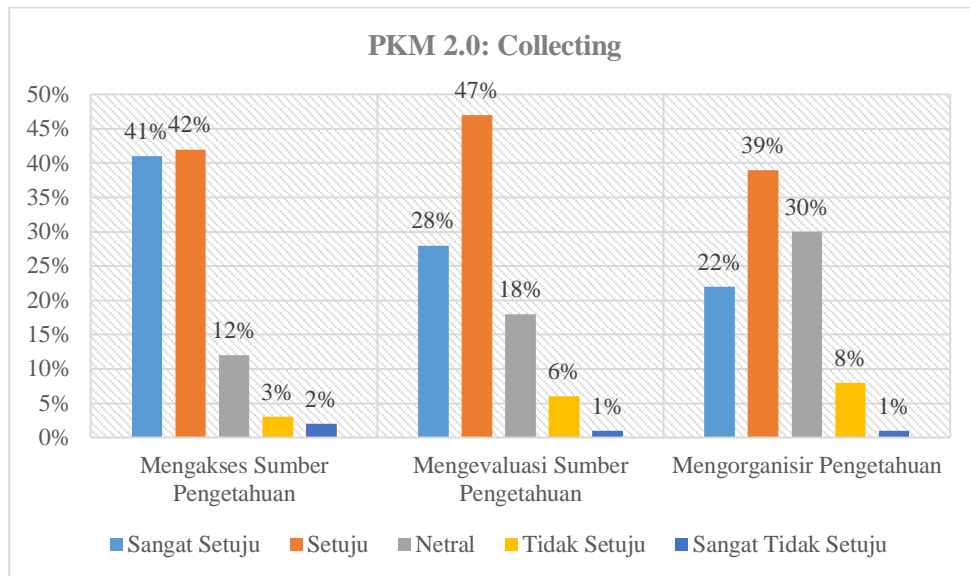
**Gambar 4.6** PKM 2.0: Sharing

Dimensi berikutnya dari Variabel PKM 2.0 yakni *Sharing* yang memiliki dua indikator yang diwakili oleh masing-masing satu item pernyataan. Indikator yang digunakan adalah berkomunikasi dengan pekerja lain dan berbagi pengetahuan melalui tulisan. Penggunaan web 2.0 untuk saling berbagi pengetahuan cukup tinggi untuk konten tulisan dan media digital. Namun untuk kebutuhan berbagi pengetahuan dan kemampuan teknis, dapat lebih efektif untuk berinteraksi secara langsung tanpa media web 2.0. Contohnya dengan mengadakan *workshop*, pelatihan animasi, ataupun *hands-on tutorial*.

Pada dimensi *sharing*, ditemukan bahwa sebagian besar responden berkomunikasi dan membagikan pengetahuannya dengan menggunakan web 2.0. Kegiatan yang umumnya dilakukan dalam proses *sharing* di antaranya adalah membagikan artikel, tulisan, hingga konten video mengenai tips dan tutorial tentang membuat film animasi. Media yang digunakan oleh responden untuk berkomunikasi dengan karyawan lain pada umumnya yaitu media sosial Facebook, Instagram, Whatsapp, Line, e-mail, dan Skype untuk *video conferences*. Selain itu, responden menggunakan media blog, sosial media, dan forum internet untuk membagikan pengetahuannya secara tertulis, juga dengan menggunakan *platform* berbagi dokumen seperti Dropbox dan Google Drive. Untuk pengetahuan eksplisit berupa konten multimedia, responden membagikannya melalui Facebook, Instagram, hingga Youtube.



## Collecting

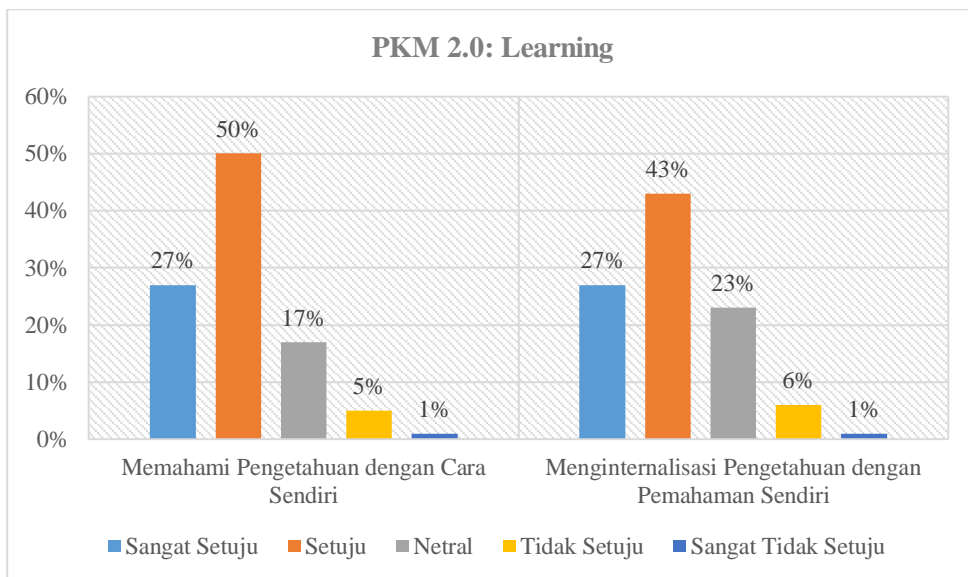


**Gambar 4.7** PKM 2.0: Collecting

Dimensi ini melingkupi aspek mengakses, mengevaluasi, dan mengorganisir pengetahuan dengan memanfaatkan web 2.0. Responden pada umumnya mengakses sumber pengetahuan tentang film dan animasi di web 2.0 dari forum film dan animasi, baik itu lokal yang berbahasa Indonesia maupun yang berbahasa asing seperti Bahasa Inggris. Selain itu juga sumber pengetahuan yang biasa diakses yaitu youtube, repository dokumen/karya dari sekolah desain visual, hingga para profesional yang membagikan pengetahuan film & animasi di media blog dan sosial media. Sementara itu, media yang digunakan untuk mengorganisir pengetahuan tersebut di antaranya fitur *bookmark* atau *save* di berbagai sosial media, menyimpan catatan di awan (*cloud computing/internet*), menulis di blog dan di sosial media.

Perkembangan web 2.0 membuka lebar kesempatan memperoleh pengetahuan yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Contohnya yaitu dengan adanya platform e-learning Coursera, LinkedIn Learning, edX, Udemy, dan lain sebagainya. Beberapa pekerja film dan animasi Cimahi sudah mengetahui adanya website-website tersebut untuk belajar dan menggali pengetahuan. Namun masih sangat terbatas penggunaannya karena beberapa kursus online tersebut hanya dapat diakses melalui fitur berbayar. Hal ini bisa menjadi peluang dan potensi untuk meningkatkan kemampuan SDM film & animasi. Pihak-pihak yang terlibat seperti komunitas, pihak developer, dan pemerintah dapat mengembangkan platform edukasi ini untuk menyediakan kursus online tentang film dan animasi dengan biaya yang relatif lebih terjangkau.

***Learning***



**Gambar 4.8** PKM 2.0 Learning

Dimensi *Learning* meliputi aspek memahami pengetahuan dan menginternalisasikan pengetahuan yang diperoleh. Proses ini dimulai dengan responden dapat memahami pengetahuan yang diperolehnya dengan caranya sendiri. Lalu, pengetahuan yang telah dipahami tersebut dibaurkan atau digabungkan dengan pengetahuan yang telah dimiliki sehingga menjadi pengetahuan yang baru dan lebih kaya. Proses penggabungan pengetahuan ini disebut sebagai internalisasi pengetahuan. Prosesnya sendiri terjadi secara tidak terlihat, yakni di benak dan pikiran para pekerja terkait. Yang terlihat adalah hasil karya dari pengetahuan tersebut berupa film dan animasi. Peran web 2.0 dalam proses memahami dan menginternalisasi pengetahuan ini hadir dalam alat bantu atau *tools* seperti merangkum pengetahuan dalam tulisan di blog, post sosial media, atau forum-forum internet. Selain itu juga dengan adanya platform e-learning (seperti yang telah disebutkan di bagian sebelumnya), dapat membantu para pekerja film dan animasi untuk memahami dan menginternalisasi pengetahuan yang diperolehnya. Website untuk menyimpan dokumen dan catatan di awan (internet) pun dapat dimanfaatkan dalam proses *learning*.

#### **4.1.2.2 Variabel Individual Social Capital (ISC)**

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukkan sebagian besar menjawab “5” untuk “Sangat Setuju” terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel *Individual Social Capital* (ISC). Dari 100 responden yang mengembalikan kuesioner diperoleh jawaban sebagai berikut:

**Tabel 4.7**

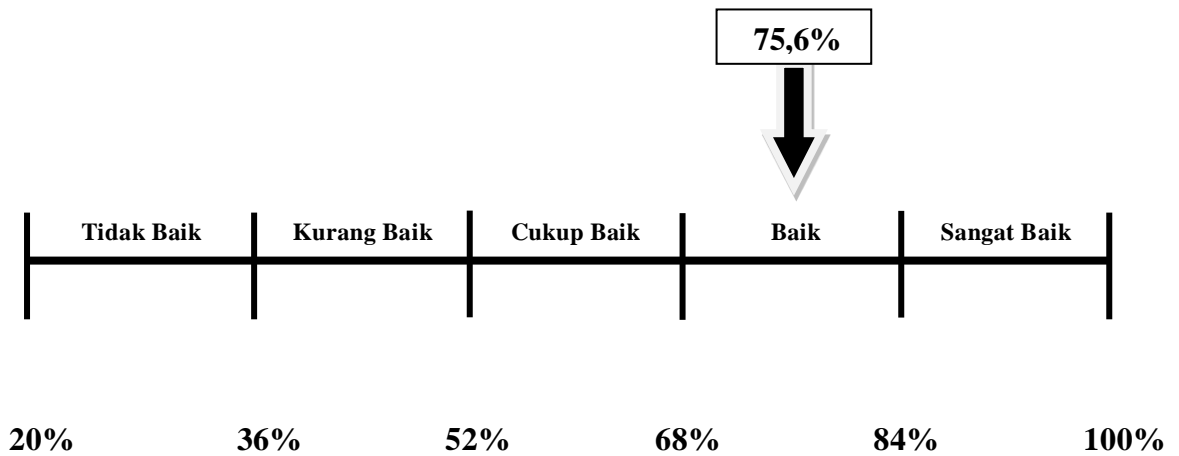
Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan pada Variabel

*Individual Social Capital (ISC)*

<i>Individual Social Capital (ISC)</i>						
<b>Instrumen</b>	<b>5 (Sangat Setuju)</b>	<b>4 (Setuju)</b>	<b>3 (Netral)</b>	<b>2 (Tidak Setuju)</b>	<b>1 (Sangat Tidak Setuju)</b>	<b>Skor</b>
<i>Prestige and Education</i>						
11	28	31	29	10	2	373
12	11	17	18	32	22	263
13	25	33	23	14	5	359
14	24	25	20	15	16	326
15	57	31	5	4	3	435
16	66	20	7	6	1	444
<i>Political and Financial Skills</i>						
17	14	19	18	25	24	274
18	24	31	27	10	8	353
19	27	37	21	11	4	372
<i>Personal Skills</i>						
20	24	26	28	17	5	347
21	68	18	10	1	3	447

22	55	21	16	5	3	420
23	71	22	5	1	1	461
<b>Personal Support</b>						
24	52	34	12	1	1	435
25	21	34	30	8	7	354
26	25	43	25	6	1	385
27	29	35	22	9	5	374
<b>Total</b>	<b>621</b>	<b>477</b>	<b>316</b>	<b>175</b>	<b>111</b>	<b>6422</b>
	(621x5)=310 5	(477x4)=1908	(316x3)=94 8	(175x2)=35 0	(111x1)=11 1	

Pada variabel *Individual Social Capital (ISC)*, dengan jumlah item pernyataan 17 butir dan jumlah responden 100 orang, diperoleh total skor sebesar 6422 dan skor idealnya sebesar 8500 ( $n \times \text{skor tertinggi} \times \text{banyaknya pertanyaan}$ ). Sehingga persentase tanggapan responden sebesar  $6422/8500 = 75,6\%$ .. Berdasarkan acuan kategorisasi yang telah ditentukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh hasil kategorisasi sebagai berikut.



Berdasarkan garis kontinum diatas, diketahui bahwa gambaran *Individual Social Capital* (ISC) termasuk dalam kategori baik. Secara detail, sebaran jawaban responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.8**  
Sebaran Jawaban Responden terhadap Item Pernyataan pada Variabel *Individual Social Capital* (ISC)

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah
		5	4	3	2	1	
11	Saya mengenal seseorang yang memiliki kontak yang baik dengan media	28	31	29	10	2	100
		28.0%	31.0%	29.0%	10.0%	2.0%	100.0%
12	Saya mengenal seseorang yang memiliki rumah singgah untuk liburan di luar negeri	11	17	18	32	22	100
		11.0%	17.0%	18.0%	32.0%	22.0%	100.0%
13		25	33	23	14	5	100

	Saya mengenal seseorang yang memiliki pengetahuan tentang literatur	25.0%	33.0%	23.0%	14.0%	5.0%	100.0%
14	Saya mengenal seseorang yang memiliki pendapatan >= Rp40.000.000 per bulan	24	25	20	15	16	100
		24.0%	25.0%	20.0%	15.0%	16.0%	100.0%
15	Saya mengenal seseorang yang memiliki pendidikan/pelatihan vokasi yang lebih tinggi (Diploma)	57	31	5	4	3	100
		57.0%	31.0%	5.0%	4.0%	3.0%	100.0%
16	Saya mengenal seseorang yang memiliki pendidikan akademik yang lebih tinggi (S1/S2/S3)	66	20	7	6	1	100
		66.0%	20.0%	7.0%	6.0%	1.0%	100.0%
17	Saya mengenal seseorang yang aktif di partai politik	14	19	18	25	24	100
		14.0%	19.0%	18.0%	25.0%	24.0%	100.0%
18	Saya mengenal seseorang yang mengetahui peraturan pemerintahan	24	31	27	10	8	100
		24.0%	31.0%	27.0%	10.0%	8.0%	100.0%
19	Saya mengenal seseorang yang memiliki pengetahuan tentang urusan finansial	27	37	21	11	4	100
		27.0%	37.0%	21.0%	11.0%	4.0%	100.0%
20	Saya mengenal seseorang yang membaca jurnal profesional	24	26	28	17	5	100
		24.0%	26.0%	28.0%	17.0%	5.0%	100.0%
21		68	18	10	1	3	100

	Saya mengenal seseorang yang memiliki kendaraan pribadi	68.0%	18.0%	10.0%	1.0%	3.0%	100.0%
22	Saya mengenal seseorang yang berbicara/menulis dengan bahasa asing	55	21	16	5	3	100
		55.0%	21.0%	16.0%	5.0%	3.0%	100.0%
23	Saya mengenal seseorang yang dapat bekerja dengan komputer pribadi (PC) secara efektif dan efisien	71	22	5	1	1	100
		71.0%	22.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%
24	Saya mengenal seseorang yang dapat memberikan referensi yang baik	52	34	12	1	1	100
		52.0%	34.0%	12.0%	1.0%	1.0%	100.0%
25	Saya mengenal seseorang yang dapat memberikan saran terhadap konflik keluarga	21	34	30	8	7	100
		21.0%	34.0%	30.0%	8.0%	7.0%	100.0%
26	Saya mengenal seseorang yang dapat memberikan saran terhadap konflik pekerjaan	25	43	25	6	1	100
		25.0%	43.0%	25.0%	6.0%	1.0%	100.0%
27	Saya mengenal seseorang yang dapat membantu ketika pindah rumah	29	35	22	9	5	100
		29.0%	35.0%	22.0%	9.0%	5.0%	100.0%

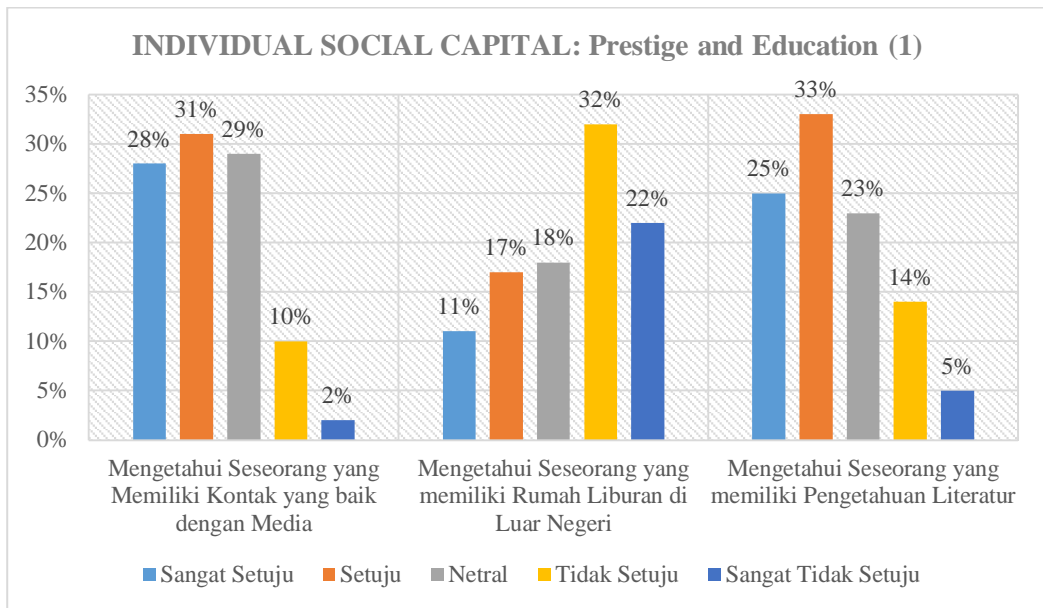


Terdapat empat dimensi untuk mengukur variabel *individual social capital*, yaitu *prestige & education*, *political & financial skills*, *personal skills*, dan *personal support*.

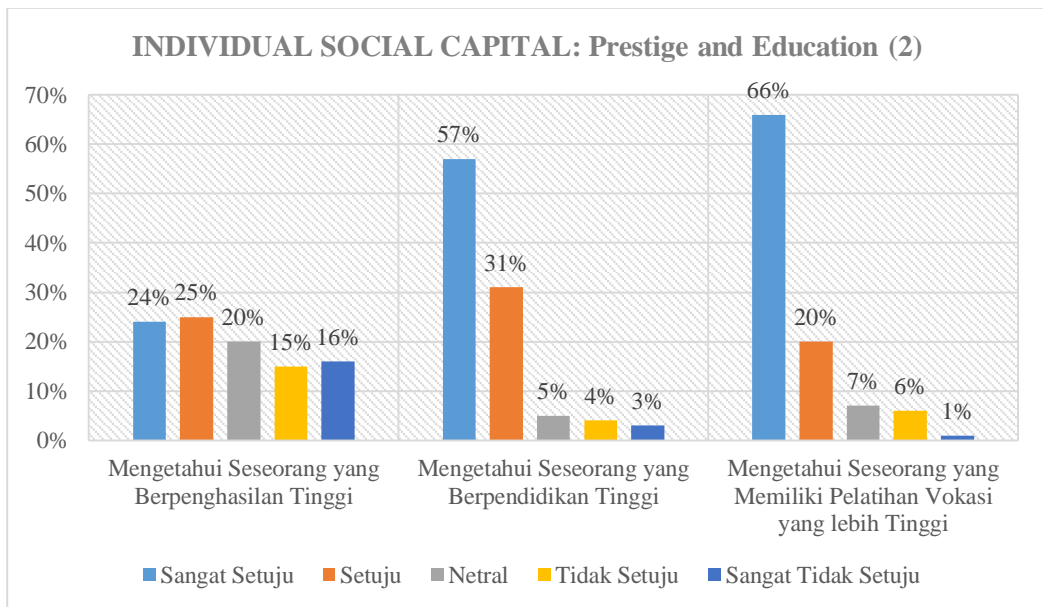
### ***Prestige & Education***

Dimensi ini diukur dengan 6 item pernyataan. Prestise (*prestige*) merupakan suatu kehormatan atau wibawa yang dimiliki seseorang. Hal ini erat kaitannya dengan kebudayaan dan sistem sosial tertentu di dalam sebuah lingkungan, yang akan mengarah pada stratifikasi dalam kehidupan sosial. Seseorang yang memiliki akses ke media massa, memiliki rumah liburan di luar negeri, memiliki pengetahuan literatur, dan memiliki penghasilan tinggi akan lebih dihormati di dalam lingkungan sosialnya. Prestise dinilai sebagai sebuah keistimewaan yang hanya dimiliki orang-orang tertentu, sehingga memilikinya akan mendorong rasa bangga pada individu tersebut.

Dalam situasi budaya dan sosial di Indonesia, masih sangat relevan jika dikatakan bahwa status pendidikan seseorang masih menjadi salah satu ukuran prestise seseorang. Tingkat atau status pendidikan di lingkungan sosial yang satu bisa jadi berbeda dengan lingkungan sosial lainnya. Seperti misalnya di daerah tertentu, tingkat pendidikan pelatihan vokasi (diploma) sudah dapat dianggap sebagai suatu kehormatan, namun di daerah lainnya hanya dapat diperoleh jika memiliki status pendidikan yang lebih tinggi (sarjana/master/doktor).



**Gambar 4.9** Individual Social Capital: Prestige and Education (1)



**Gambar 4.10** Individual Social Capital: Prestige and Education (2)

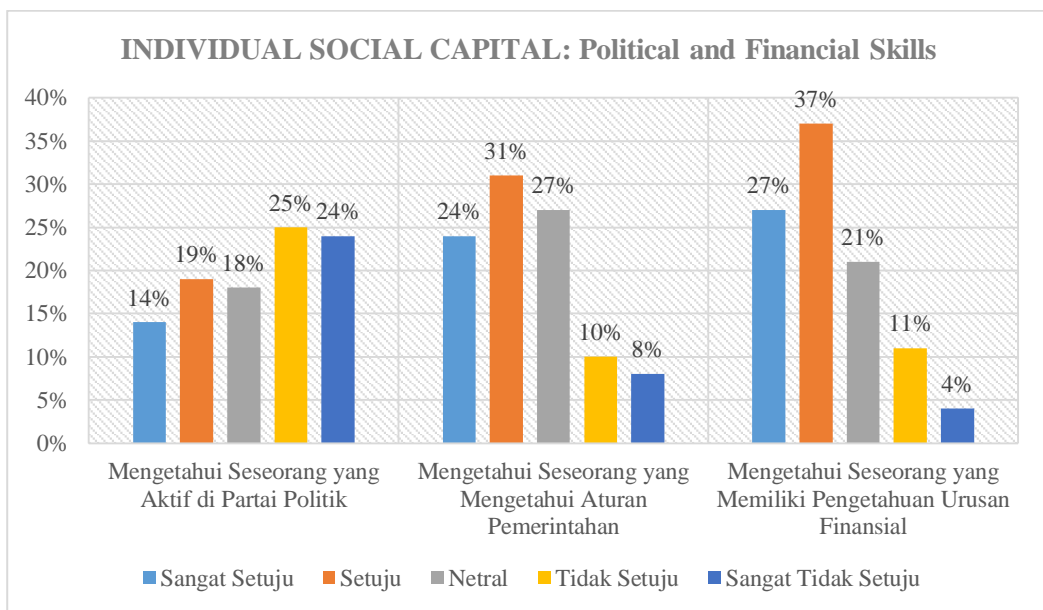
Memiliki akses ke orang-orang yang memiliki prestise dan edukasi diyakini dapat memberikan berbagai keuntungan tersendiri bagi para pekerja atau pelaku usaha di industri film dan animasi. Contohnya, dengan mengenali orang yang memiliki kontak dengan media massa dapat mendorong *exposure*, *market reach*, dan menciptakan citra yang bagus demi kesinambungan bisnis film dan animasi; mengenali seseorang yang memiliki pendapatan yang relatif tinggi memungkinkan untuk memperoleh akses modal; mengenali seseorang yang mengetahui tentang literatur dapat membuka peluang untuk mendapatkan alur cerita film & animasi yang menarik; mengenali seseorang yang memiliki pendidikan tinggi akan memberikan peluang kemajuan di aspek operasional ataupun strategik bisnis film animasi; hingga mengenal seseorang yang memiliki rumah liburan di luar negeri dapat memberikan peluang *international exposure*.

Para pekerja Industri Film dan Animasi Cimahi pada umumnya memiliki modal sosial yang baik di lingkup media massa dan pengetahuan literatur, yang artinya ada potensi yang tinggi untuk meningkatkan *market reach* dan *exposure* yang baik melalui media massa ataupun dalam bentuk buku/karya tulis (literatur). Aspek literatur yang baik juga mendukung adanya cerita film & animasi yang lebih menarik. Namun untuk aspek penghasilan yang tinggi, dapat disimpulkan bahwa hal ini belum menjadi modal sosial yang dimiliki secara kuat oleh para pekerja Film & Animasi Cimahi. Dampaknya dapat dilihat dari akses modal (finansial) yang masih terbatas. Selain itu, modal sosial untuk kesempatan *international exposure* juga masih terbatas, yang dapat

diambil kesimpulan dari hasil yang menunjukkan sebagian besar pekerja Film & Animasi Cimahi tidak memiliki akses yang kuat ke orang-orang yang memiliki rumah singgah liburan di luar negeri.

Sementara untuk aspek edukasi, para pekerja Film & Animasi Cimahi sudah memiliki akses kepada orang-orang yang memiliki pendidikan tinggi (vokasi ataupun perguruan tinggi). Hal ini dapat mendukung di berbagai aspek bisnis, seperti misalnya kemampuan dan teknik animasi yang terus berkembang dan diperbaharui, kemampuan analisis bisnis, pengelolaan bisnis, dan lain sebagainya.

***Political & Financial Skills***



**Gambar 4.11** Individual Social Capital: Political and Financial Skills

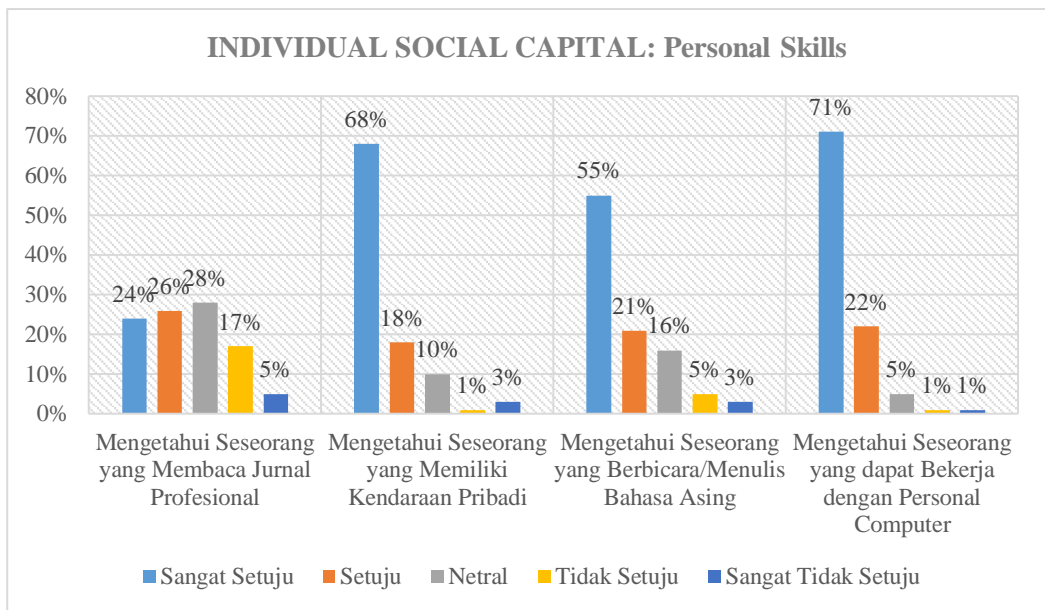
Aspek ini diukur dengan tiga indikator yang masing-masing diwakili dengan 1 item pernyataan, yakni mengenal seseorang yang aktif di partai politik, mengenal seseorang yang mengetahui peraturan pemerintahan, dan mengenal seseorang yang memiliki pengetahuan tentang urusan finansial.

Kemampuan politik dan finansial yang dimiliki seseorang yang dikenal dapat memberikan keuntungan tersendiri. Seperti misalnya terbuka peluang tertentu untuk terciptanya regulasi pemerintah terkait Industri Film Animasi Kota Cimahi yang mendukung kemajuan bisnis industri, dan peluang untuk pengelolaan finansial dalam bisnis film animasi yang lebih baik.

Survei menunjukkan bahwa banyak pekerja Film & Animasi Cimahi yang tidak begitu mengenal seseorang yang terlibat di partai politik. Padahal jika dilihat secara fungsi pemerintahan, partai politik dapat berperan untuk menyalurkan pendapat dan aspirasi masyarakat (secara spesifik dalam hal ini berarti masyarakat atau para pekerja di Industri Film & Animasi Cimahi). Pendapat dan aspirasi ini dapat direalisasikan dalam bentuk kebijakan pemerintahan yang mendukung kemajuan industri terkait. Hal ini mungkin disebabkan masih banyaknya para pekerja yang belum mengetahui fungsi atau urgensi partai politik. Namun di sisi lain, banyak pekerja yang mengenal orang-orang yang mengetahui peraturan pemerintahan. Aspek ini pun dapat dilihat secara luas bahwa orang-orang yang mengetahui peraturan pemerintahan tersebut dapat merupakan seseorang dari pemerintahan (eksekutif ataupun legislatif) maupun masyarakat umum yang memperhatikan perkembangan peraturan-peraturan pemerintah. Apapun itu, modal sosial ini dapat mendorong

Industri Film dan Animasi Cimahi yang selaras dengan peraturan pemerintah, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan asli daerah (Cimahi).

**Personal Skills**



**Gambar 4.12** Individual Social Capital: Personal Skills

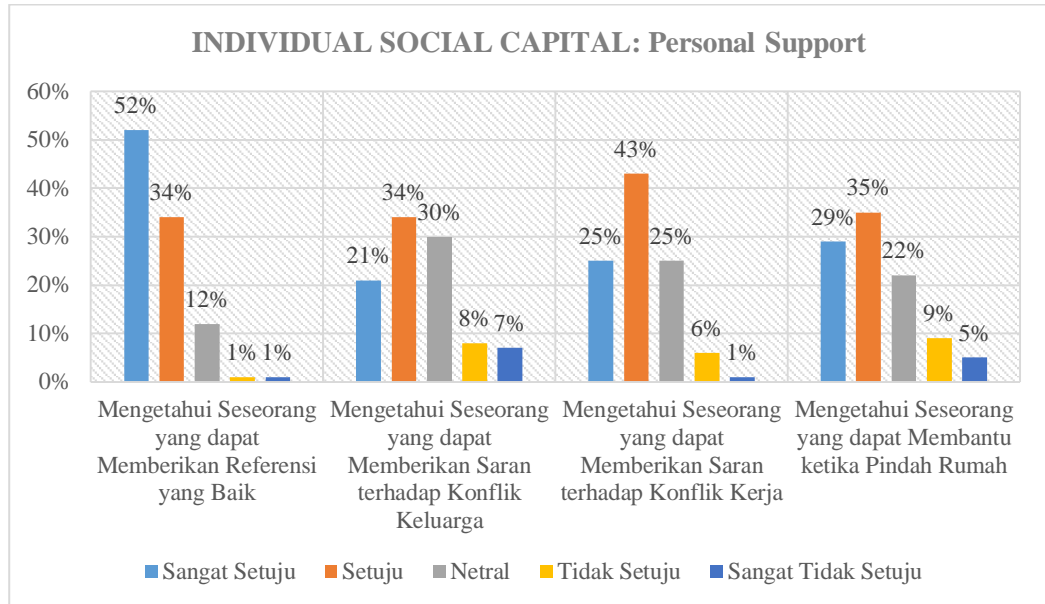
Keahlian personal seseorang dalam penelitian ini diukur dengan 4 indikator yang masing-masing terdiri dari 1 item pernyataan.

Kemampuan personal seseorang yang dikenal dapat memberikan berbagai keuntungan atau dapat mendukung berbagai hal sederhana. Kemampuan personal ini bisa saja dipandang sebagai sesuatu yang sudah lumrah dimiliki banyak orang. Namun ketiadaan kemampuan ini dalam suatu jaringan sosial akan menjadi sebuah kerugian tersendiri. Jaringan sosial dengan modal sosial

orang yang memiliki kendaraan pribadi, maka akan meningkatkan mobilitas. Begitu pula dengan jaringan sosial dengan orang-orang yang mampu bekerja dengan PC dan orang yang memiliki kemampuan bahasa asing yang baik. Ketiadaan kemampuan ini akan membuat suatu jaringan sosial tertinggal dengan perkembangan yang ada.

Para pekerja Film & Animasi pada umumnya sudah banyak yang mengenal orang-orang yang memiliki kendaraan pribadi, memiliki kemampuan bahasa asing yang baik, dan dapat bekerja di *personal computer* dengan baik. Ketiga hal ini dianggap sebagai hal yang sangat diperlukan dalam industri terkait, sehingga mau tidak mau para pekerja mengerti modal sosial tersebut. Lain halnya dengan aspek modal sosial tentang literatur atau jurnal profesional yang survei menunjukkan di tingkat yang lebih rendah. Hal ini diperkirakan berkaitan dengan minat baca secara umum yang masih rendah ataupun akses yang masih sedikit terhadap jurnal-jurnal profesional.

## Personal Support



**Gambar 4.13** Individual Social Capital: Personal Support

Menggunakan 4 indikator dengan masing-masing 1 item pernyataan. Berbeda dengan dimensi *personal skills* yang ketiadaannya dalam jaringan sosial akan memberikan *disadvantage*. Dimensi *personal support* dapat mendorong (*boost*) atau mendukung suatu lingkungan sosial, namun ketiadaannya pun masih dapat dimaklumi. Secara keseluruhan, modal sosial aspek *personal support* sudah dimiliki dengan baik oleh para pekerja di industri film animasi Kota Cimahi.

Para pekerja Film & Animasi Cimahi memiliki modal sosial yang lebih kuat dalam *good reference* dibandingkan aspek *personal support* lainnya. Referensi yang bagus dapat membuka berbagai peluang *self development* dan karir individu. Hal ini dapat berlaku juga untuk kesempatan pengembangan



organisasi bisnis. Tiga aspek lainnya pun termasuk tinggi sehingga dapat mendukung kinerja profesional maupun dalam ruang lingkup sosial yang lebih umum.

#### 4.1.2.3 Variabel *Individual Innovation Capability (IIC)*

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukkan sebagian besar menjawab “4” untuk jawaban “Setuju” terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel *Individual Innovation Capability (IIC)*. Dari 100 responden yang mengembalikan kuesioner diperoleh jawaban sebagai berikut:

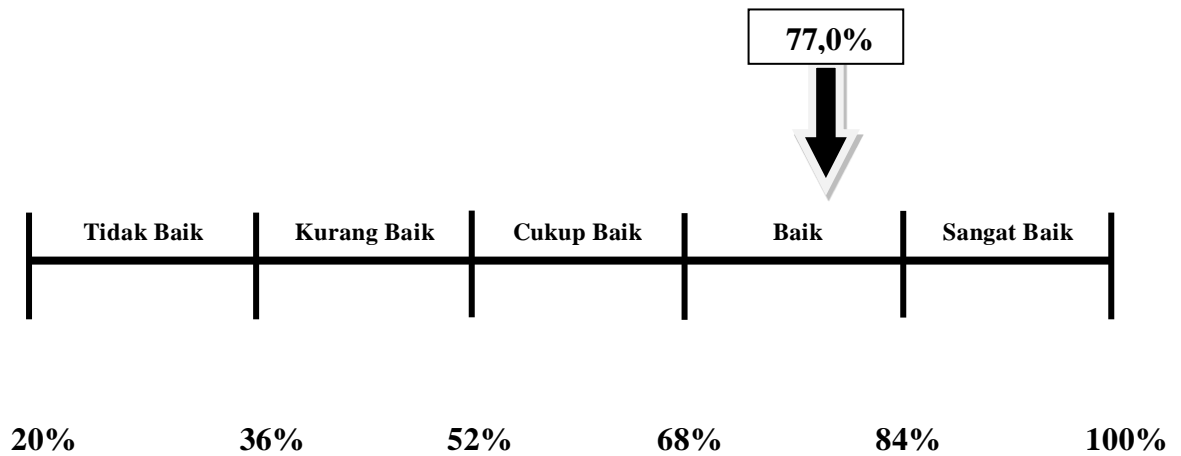
**Tabel 4.9**

Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan pada Variabel *Individual Innovation Capability (IIC)*

<i>Individual Innovation Capability (IIC)</i>						
<b>Instrumen</b>	<b>5 (Sangat Setuju)</b>	<b>4 (Setuju)</b>	<b>3 (Netral)</b>	<b>2 (Tidak Setuju)</b>	<b>1 (Sangat Tidak Setuju)</b>	<b>Skor</b>
<i>Opportunity Exploration</i>						
28	14	38	29	15	4	343
29	28	50	20	1	1	403
<i>Idea Generation</i>						
30	37	41	16	5	1	408
31	24	46	19	9	2	381

32	25	47	21	6	1	389
<b>Championing</b>						
33	23	44	23	8	2	378
34	31	39	20	8	2	389
<b>Application</b>						
35	24	37	23	15	1	368
36	28	45	18	8	1	391
37	30	51	10	8	1	401
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>438</b>	<b>199</b>	<b>83</b>	<b>16</b>	<b>3851</b>
	<b>(264x)=1320</b>	<b>(438x)=1752</b>	<b>(199x)=597</b>	<b>(83x)=166</b>	<b>(16x)=16</b>	

Pada variabel *Individual Innovation Capability* (IIC), dengan jumlah item pernyataan 10 butir dan jumlah responden 100 orang, diperoleh total skor sebesar 3851 dan skor idealnya sebesar 5000 ( $n \times \text{skor tertinggi} \times \text{banyaknya pertanyaan}$ ). Sehingga persentase tanggapan responden sebesar  $3851/5000 = 77,0\%$ . Berdasarkan acuan kategorisasi yang telah ditentukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh hasil kategorisasi sebagai berikut.



Berdasarkan garis kontinum diatas, diketahui bahwa gambaran *Individual Innovation Capability* (IIC) termasuk dalam kategori baik. Secara detail, sebaran jawaban responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.10**

Sebaran Jawaban Responden terhadap Item Pernyataan pada Variabel *Individual Innovation Capability* (IIC)

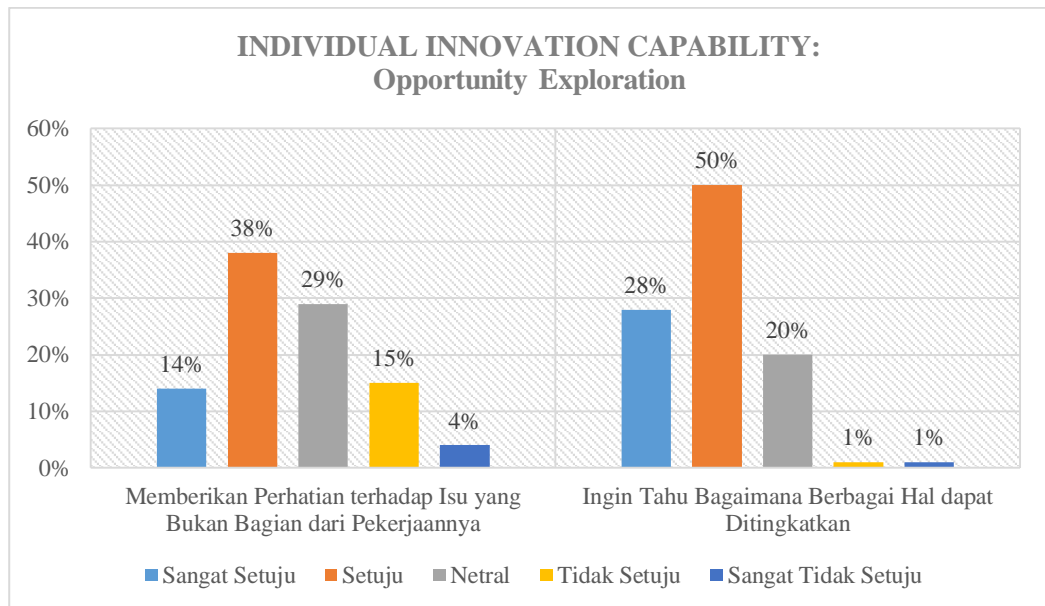
No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah
		5	4	3	2	1	
28	Saya seringkali memberikan perhatian terhadap isu-isu yang bukan bagian dari pekerjaan rutin saya	14	38	29	15	4	100
		14.0%	38.0%	29.0%	15.0%	4.0%	100.0%
29		28	50	20	1	1	100

	Saya seringkali bertanya-tanya bagaimana hal-hal tertentu dapat ditingkatkan	28.0%	50.0%	20.0%	1.0%	1.0%	100.0%
30	Saya seringkali mencari metode-metode, teknik-teknik, dan instrumen-instrumen kerja baru	37	41	16	5	1	100
		37.0%	41.0%	16.0%	5.0%	1.0%	100.0%
31	Saya seringkali memberikan solusi-solusi original untuk berbagai masalah	24	46	19	9	2	100
		24.0%	46.0%	19.0%	9.0%	2.0%	100.0%
32	Saya seringkali menemukan pendekatan-pendekatan baru untuk mengeksekusi tugas-tugas	25	47	21	6	1	100
		25.0%	47.0%	21.0%	6.0%	1.0%	100.0%
33	Saya seringkali mendorong para anggota kunci organisasi untuk antusias terhadap ide-ide yang inovatif	23	44	23	8	2	100
		23.0%	44.0%	23.0%	8.0%	2.0%	100.0%
34	Saya seringkali mencoba untuk meyakinkan orang-orang untuk mendukung sebuah ide inovatif	31	39	20	8	2	100
		31.0%	39.0%	20.0%	8.0%	2.0%	100.0%
35	Saya seringkali memperkenalkan ide-ide inovatif secara sistematis ke dalam praktek kerja	24	37	23	15	1	100
		24.0%	37.0%	23.0%	15.0%	1.0%	100.0%

36	Saya seringkali berkontribusi pada implementasi ide-ide baru	28	45	18	8	1	100
		28.0%	45.0%	18.0%	8.0%	1.0%	100.0%
37	Saya seringkali melakukan usaha ke dalam pengembangan hal-hal yang baru	30	51	10	8	1	100
		30.0%	51.0%	10.0%	8.0%	1.0%	100.0%

Terdapat empat dimensi pada variabel *individual innovation capability*, yaitu *opportunity exploration*, *idea generation*, *championing*, dan *application*.

### *Opportunity exploration*

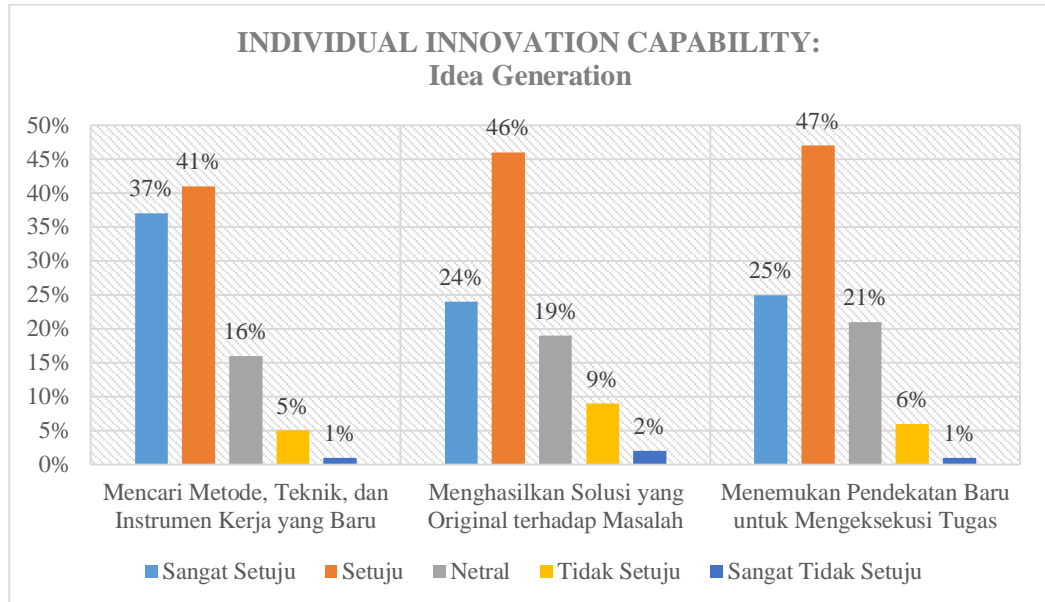


**Gambar 4.14** Individual Innovation Capability: Opportunity Exploration

Sebuah inovasi dapat digali dari berbagai sisi, termasuk jika seseorang terbuka terhadap peluang lain yang mungkin tersedia. Selain itu, dengan mempertanyakan bagaimana hal-hal tertentu dapat ditingkatkan maka dapat memberikan kesempatan terhadap munculnya inovasi.

Secara keseluruhan, pekerja/kreator film dan animasi di Kota Cimahi memiliki kemampuan yang memadai untuk mengeksplorasi peluang-peluang sehingga dapat memicu tumbuhnya inovasi dalam bisnis industri. Seperti misalnya seorang animator *motion graphics* yang ingin mengetahui bagaimana proses produksi film animasi tahap ini dapat dilakukan secara lebih efisien, maka akan menggali berbagai kemungkinan sehingga dapat memunculkan inovasi efisiensi proyek. Peluang inovasi juga dapat ditemukan dari eksplorasi isu-isu yang bukan bagian dari pekerjaan rutin seperti misalnya seorang animator yang memperhatikan aspek organisasi dan finansial. Memperhatikan isu-isu lain di luar pekerjaannya ini sangat dimungkinkan karena kebanyakan organisasi di industri ini bukanlah organisasi yang besar dan kompleks. Artinya, masih ada kemungkinan satu orang memperhatikan isu lain dan mengambil alih fungsi tersebut jika memang dibutuhkan. Namun kekurangannya adalah berkurangnya jumlah ahli (*expert*) di bidang yang spesifik karena fokus terbagi dengan isu-isu lain di luar pekerjaan awal.

## Idea Generation



**Gambar 4.15** Individual Innocation Capability: Idea Generation

Hasil survei menunjukkan bahwa di semua aspek *idea generation*, para pekerja Film & Animasi memberikan nilai yang tinggi pada dirinya dalam kemampuan menghasilkan ide. Hasil ini menimbulkan *gap* dengan kondisi sebenarnya yang mana ide-ide yang diberikan belum mampu memberikan pengaruh yang masif dan signifikan bagi kemajuan organisasi dan industri. Berdasarkan diskusi yang dilakukan, diketahui bahwa ide-ide yang diberikan oleh para pekerja Film & Animasi Cimahi tersebut merupakan ide-ide yang kreatif. Kreatif sendiri dapat diartikan secara sederhana sebagai menghasilkan atau memperkenalkan ide atau gagasan atau suatu hal yang benar-benar baru, yang berbeda dengan apa yang telah ada. Namun kebanyakan dari ide-ide tersebut belum bersifat

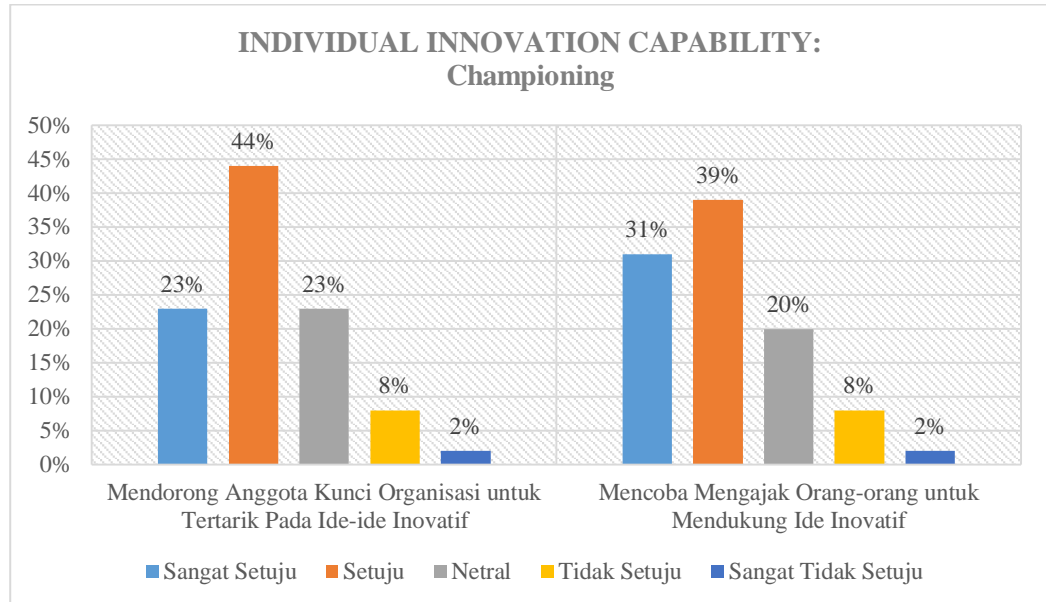
inovatif. Sesuatu yang inovatif sendiri adalah hasil proses kreatif yang dapat memberikan keuntungan, manfaat, dan solusi atas kesenjangan atau permasalahan yang ada. Secara sederhana Roger (1998) mendefinisikan inovasi sebagai proses untuk mengkomersialkan atau mengekstraksi ide menjadi sesuatu yang memiliki nilai (*value*) tertentu.

Keberadaan ide-ide sangat penting dalam proses kreatif. Namun ide-ide tersebut tidak dapat disebut inovatif tanpa usaha pengembangan lebih lanjut. *Output* yang dapat terlihat dari keberadaan inovasi di tingkat organisasi bisnis di antaranya yakni peningkatan pendapatan, peningkatan kepuasan konsumen (*user/client*), peningkatan kepuasan karyawan, penyempurnaan sistem kerja organisasi dan manajemen, dan lain sebagainya. Hal-hal tersebut yang masih perlu ditingkatkan di dalam organisasi dan industri terkait.

Kemampuan untuk menghasilkan ide-ide kreatif oleh para pekerja Film & Animasi Cimahi sudah baik, namun perlu diberikan stimulasi lebih lanjut untuk meningkatkan ide-ide kreatif tersebut menjadi ide-ide inovatif. Selain itu, ide-ide yang muncul kebanyakan masih bersifat teknis (produksi animasi). Ide-ide untuk peningkatan di aspek manajerial juga perlu menjadi perhatian para pelaku usaha Film dan Animasi Cimahi dikarenakan masih sering luput dari perhatian.



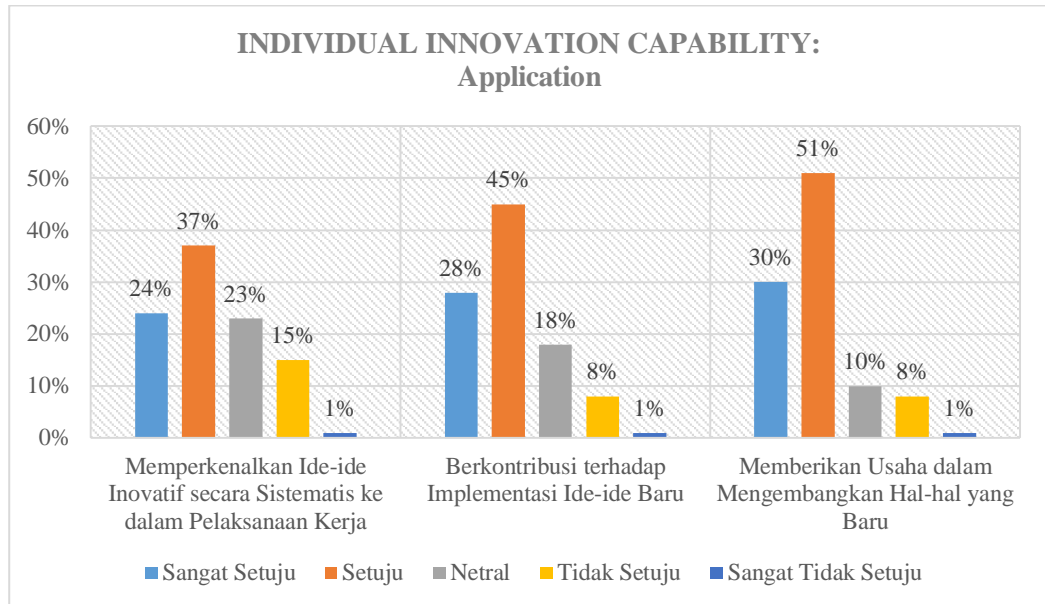
## Championing



**Gambar 4.16** Individual Innovation Capability: Championing

Sebuah ide inovatif perlu “dijual” agar dapat diimplementasikan dan memiliki legitimasi. Dari hasil survei tersebut dapat dilihat bahwa para pekerja Film & Animasi di Kota Cimahi dapat memperjuangkan agar ide inovatif dapat dilaksanakan dan diterima di organisasi. Tingkat resistensi terhadap ide-ide inovatif di industri ini dapat tergolong rendah karena para pekerjanya memiliki semangat dan ambisi untuk membangun industri Film & Animasi Cimahi dan cenderung terbuka dalam menerima ide-ide baru. Selain itu juga industri ini bersifat dinamis, sehingga diharuskan untuk cepat mengikuti perkembangan teknologi dan perubahan-perubahan cepat lainnya. Maka dari itu, banyak pekerja yang mendorong anggota kunci organisasinya untuk tertarik pada ide-ide inovatif dan mencoba mengajak orang-orang untuk mendukung ide inovatif.

### Application



**Gambar 4.17** Individual Innovation Capability: Application

Ditinjau dari aspek penerapan inovasi, para pekerja Film & Animasi sebagian besarnya menilai dirinya sudah mampu menerapkan ide-ide inovatif ke dalam pekerjaan. Namun hal ini masih berkaitan dengan apa yang ditemukan dalam penelitian, bahwa ide seperti apa sebenarnya yang dihasilkan oleh para pekerja. Jika melihat pembahasan di bagian *Idea Generation* di atas, pada umumnya ide-ide dari para pekerja masih bersifat kreatif saja, belum inovatif.

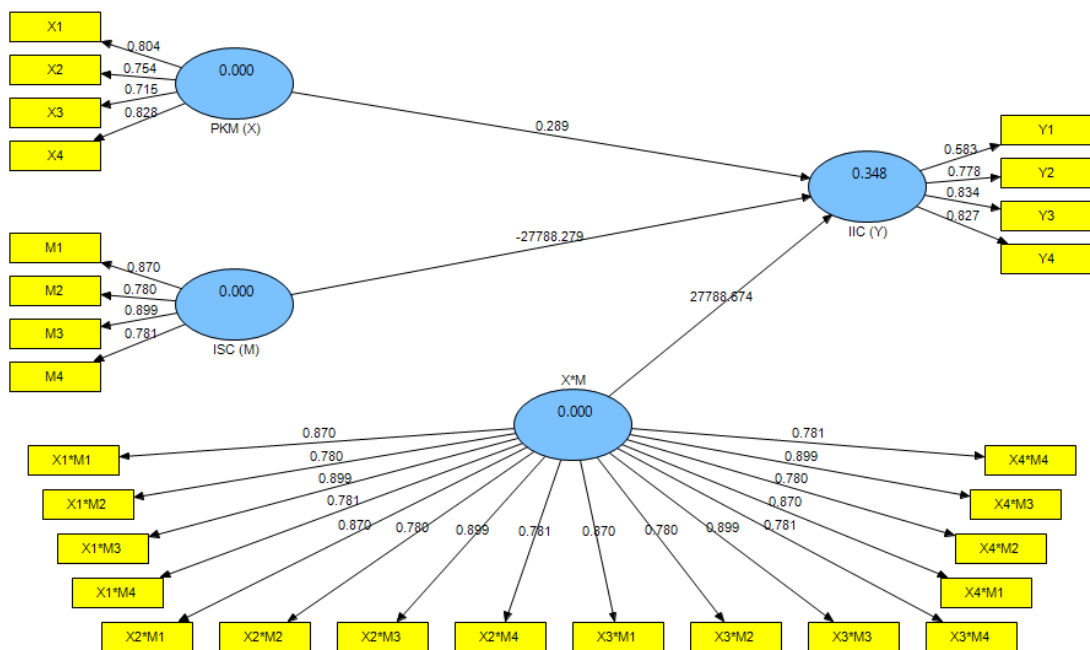
Pada dasarnya sikap dari aspek penerapan ide-ide inovatif oleh para pekerja Film & Animasi Cimahi sudah baik. Mereka baik secara individu atau kolektif bersedia memperkenalkan ide-ide inovatif secara sistematis ke dalam pelaksanaan kerja, berkontribusi terhadap implementasi ide-ide baru, dan

berusaha mengembangkan hal-hal yang baru dan inovatif. Selain itu yang perlu dikelola lebih jauh ialah seberapa besar ruang lingkup pengaruh penerapan ide-ide inovatif tersebut. Apakah sebatas di lingkup kerja pribadinya saja atau di ruang lingkup yang lebih luas seperti tim/kelompok kerja atau organisasi.

### 4.3 Analisis Partial Least Square (PLS)

#### 4.3.1 Evaluasi *Outer Model*

Outer model menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifest-nya. *Outer model* mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Berikut merupakan gambar hasil perhitungan model awal yang diolah menggunakan aplikasi *SmartPLS* 3.0. Berikut ini merupakan hasil pengujian model pada penelitian ini.



**Gambar 4.18**

Koefisien Jalur Pengaruh *Personal Knowledge Management 2.0* terhadap *Innovation Capability* dengan *Social Capital* sebagai variabel Moderasi

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa seluruh nilai *loading factor* yang diatas 0,5, sehingga seluruh variabel teramati dapat digunakan dalam analisis berikutnya. Selanjutnya akan dilakukan pengujian *outer model* yang

meliputi *convergent validity (loading factor)*, *discriminant validity*, *composite reliability* dan *cronbach alpha*.

### 1. *Convergent Validity*

Evaluasi model dapat dilakukan menggunakan validitas konvergen pada model refleksif dengan melihat nilai *loading factor*. Setiap variabel teramati dinyatakan valid jika nilai *loading factor* diatas 0,5. Berikut ini merupakan nilai *loading factor* dari masing-masing variabel teramati.

**Tabel 4.11**

Evaluasi *Convergent Validity*

<b>Validitas</b>	<b>Hasil Uji</b>		<b>Kriteria Uji &gt; 0.50</b>
	<b>Pengaruh</b>	<b>Loading Factor</b>	
<b>Convergent Validity (Outer Loadings)</b>	M1 <- ISC (M)	0.870	Valid
	M2 <- ISC (M)	0.780	Valid
	M3 <- ISC (M)	0.899	Valid
	M4 <- ISC (M)	0.781	Valid
	X1 <- PKM (X)	0.804	Valid

$X1^*M1 <- X^*M$	0.870	Valid
$X1^*M2 <- X^*M$	0.780	Valid
$X1^*M3 <- X^*M$	0.899	Valid
$X1^*M4 <- X^*M$	0.781	Valid
$X2 <- PKM (X)$	0.754	Valid
$X2^*M1 <- X^*M$	0.870	Valid
$X2^*M2 <- X^*M$	0.780	Valid
$X2^*M3 <- X^*M$	0.899	Valid
$X2^*M4 <- X^*M$	0.781	Valid
$X3 <- PKM (X)$	0.715	Valid
$X3^*M1 <- X^*M$	0.870	Valid
$X3^*M2 <- X^*M$	0.780	Valid
$X3^*M3 <- X^*M$	0.899	Valid
$X3^*M4 <- X^*M$	0.781	Valid
$X4 <- PKM (X)$	0.828	Valid
$X4^*M1 <- X^*M$	0.870	Valid
$X4^*M2 <- X^*M$	0.780	Valid

X4*M3 <- X*M	0.899	Valid
X4*M4 <- X*M	0.781	Valid
Y1 <- IIC (Y)	0,583	Valid
Y2 <- IIC (Y)	0.778	Valid
Y3 <- IIC (Y)	0.834	Valid
Y4 <- IIC (Y)	0.827	Valid

Berdasarkan Gambar Tabel 4.11 dapat dijelaskan bahwa seluruh nilai *loading factor* variabel teramati memenuhi syarat yaitu lebih besar dari 0,5, sehingga seluruh variabel teramati tersebut layak digunakan dalam model.

## 2. Validitas Diskriminan

Variabel indikator juga dapat diukur dengan mengevaluasi hasil *cross loading* (*discriminant validity*) yang menunjukkan bahwa nilai korelasi dimensi dalam variabel sama lebih baik dibandingkan dengan dimensi variabel lain, untuk semua konstruk ditunjukkan sebagai berikut.

**Tabel 4.12***Cross Loading*

	IIC (Y)	ISC (M)	PKM (X)	X*M
M1	0.470	0.870	0.426	<b>0.870</b>
M2	0.261	0.780	0.264	<b>0.780</b>
M3	0.521	0.899	0.454	<b>0.899</b>
M4	0.334	0.781	0.390	<b>0.781</b>
X1	0.351	0.351	<b>0.804</b>	0.351
X1*M1	0.470	0.870	0.426	<b>0.870</b>
X1*M2	0.261	0.780	0.264	<b>0.780</b>
X1*M3	0.521	0.899	0.454	<b>0.899</b>
X1*M4	0.334	0.781	0.390	<b>0.781</b>
X2	0.292	0.414	<b>0.754</b>	0.414
X2*M1	0.470	0.870	0.426	<b>0.870</b>
X2*M2	0.261	0.780	0.264	<b>0.780</b>
X2*M3	0.521	0.899	0.454	<b>0.899</b>
X2*M4	0.334	0.781	0.390	<b>0.781</b>



X3	0.329	0.412	<b>0.715</b>	0.412
X3*M1	0.470	0.870	0.426	<b>0.870</b>
X3*M2	0.261	0.780	0.264	<b>0.780</b>
X3*M3	0.521	0.899	0.454	<b>0.899</b>
X3*M4	0.334	0.781	0.390	<b>0.781</b>
X4	0.436	0.324	<b>0.829</b>	0.324
X4*M1	0.470	0.870	0.426	<b>0.870</b>
X4*M2	0.261	0.780	0.264	<b>0.780</b>
X4*M3	0.521	0.899	0.454	<b>0.899</b>
X4*M4	0.334	0.781	0.390	<b>0.781</b>
Y1	<b>0.584</b>	0.423	0.255	0.423
Y2	<b>0.778</b>	0.355	0.463	0.355
Y3	<b>0.834</b>	0.383	0.364	0.383
Y4	<b>0.827</b>	0.350	0.299	0.350

### 3. Evaluasi *Average Variance Extracted* (AVE)

Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan *Average Variance Extracted* (AVE) yang diperoleh dari perhitungan.

**Tabel 4.13**

*Average Variance Extracted* (AVE)

<b>Dimensi / Variabel</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>	<b>Kriteria Uji &gt; 0,5</b>
IIC (Y)	0.581	Valid
ISC (M)	0.696	Valid
PKM (X)	0.603	Valid
X*M	0.696	Valid

Menurut ketentuan, nilai AVE harus diatas 0,5. Pada hasil perhitungan *Average Variance Extracted* (AVE), diketahui bahwa seluruh variabel laten memiliki nilai AVE diatas 0,5. Sehingga pengujian selanjutnya dapat dilakukan.

#### 4. *Composite Reability*

*Composite reability* mengukur internal consistency dan nilainya harus diatas, 0,7. Berikut ini merupakan hasil perhitungan *Composite reability*.

**Tabel 4.14**

*Composite Reliability*

<b>Dimensi / Variabel</b>	<b><i>Composite Reliability</i></b>	<b>Kriteria Uji &gt; 0,7</b>
IIC (Y)	0.845	Valid
ISC (M)	0.901	Valid
PKM (X)	0.858	Valid
X*M	0.973	Valid

Menurut ketentuan, nilai *Composite reability* harus diatas 0,7. Pada hasil perhitungan *Composite reability*, diketahui bahwa seluruh variabel laten memiliki nilai *Composite reability* diatas 0,7. Sehingga pengujian selanjutnya dapat dilakukan.

## 5. Cronbach Alpha

Uji reliabilitas diperkuat dengan *cronbach alpha* dimana nilai yang diharapkan > 0,7 untuk semua konstruk.

**Tabel 4.15**

### *Cronbach Alpha*

<b>Dimensi / Variabel</b>	<b><i>Cronbach Alpha</i></b>	<b>Kriteria Uji &gt; 0,7</b>
IIC (Y)	0.750	Valid
ISC (M)	0.857	Valid
PKM (X)	0.781	Valid
X*M	0.971	Valid

Menurut ketentuan, nilai *cronbach alpha* harus diatas 0,7. Pada hasil perhitungan *cronbach alpha*, diketahui bahwa seluruh variabel laten memiliki nilai *cronbach alpha* diatas 0,7. Sehingga pengujian selanjutnya dapat dilakukan.

### 4.3.2 Evaluasi *Inner Model*

Berdasarkan hasil olah data, nilai t statistik dari masing-masing indikator (variabel teramati) signifikan dalam mengukur dimensi dan atau variabelnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.16**

Evaluasi Nilai t-Statistik Terhadap Indikator

	Hasil Uji		Kriteria Uji >1.96
	Pengaruh	<i>t-statistik</i>	
<i>t-statistik</i>	M1 <- ISC (M)	25.290	Signifikan
	M2 <- ISC (M)	20.176	Signifikan
	M3 <- ISC (M)	20.174	Signifikan
	M4 <- ISC (M)	17.602	Signifikan
	X1 <- PKM (X)	23.508	Signifikan
	X1*M1 <- X*M	34.977	Signifikan
	X1*M2 <- X*M	31.101	Signifikan
	X1*M3 <- X*M	27.277	Signifikan
	X1*M4 <- X*M	24.222	Signifikan
	X2 <- PKM (X)	26.157	Signifikan

X2*M1 <- X*M	34.977	Signifikan
X2*M2 <- X*M	31.101	Signifikan
X2*M3 <- X*M	27.277	Signifikan
X2*M4 <- X*M	24.222	Signifikan
X3 <- PKM (X)	18.577	Signifikan
X3*M1 <- X*M	34.977	Signifikan
X3*M2 <- X*M	31.101	Signifikan
X3*M3 <- X*M	27.277	Signifikan
X3*M4 <- X*M	24.222	Signifikan
X4 <- PKM (X)	26.363	Signifikan
X4*M1 <- X*M	34.977	Signifikan
X4*M2 <- X*M	31.101	Signifikan
X4*M3 <- X*M	27.277	Signifikan
X4*M4 <- X*M	24.222	Signifikan
Y1 <- IIC (Y)	15.372	Signifikan
Y2 <- IIC (Y)	25.436	Signifikan
Y3 <- IIC (Y)	31.161	Signifikan

	Y4 <- IIC (Y)	32.702	Signifikan
--	---------------	--------	------------

Berdasarkan Tabel 4.16, menunjukkan bahwa seluruh nilai t-statistik > 1,96, sehingga indikator berpengaruh positif dan signifikan untuk merefleksikan variabelnya. Selanjutnya akan dilakukan pengujian *inner model* yang terdiri dari *R-square*, pengujian hipotesis, *f-square*, *Predictive Relevance* (Nilai Q Square), dan *Goodness of Fit* (GoF).

### 1. Nilai *R-Square*

Merupakan koefisien determinasi pada konstruk endogen yang dijelaskan pada tabel dibawah ini. Nilai R-square 0.75 disimpulkan bahwa model kuat, 0.50 disimpulkan bahwa model moderate, dan 0.25 disimpulkan bahwa model lemah.

**Tabel 4.17**

Evaluasi Nilai *R-Square*

	<i>R-Square</i>
<i>Innovation Capability</i>	0,348

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa pengaruh *Personal Knowledge Management 2.0* terhadap *Innovation Capability* dengan *Social Capital* sebagai variabel Moderasi sebesar 0,348 atau 34,8%, sedangkan sisanya sebesar 65,2%

dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Nilai r-square sebesar 0,348 termasuk dalam kategori moderat namun mendekati lemah.

## 2. Pengujian Hipotesis

### a) Hipotesis Parsial

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dengan melihat hasil olahan data PLS pada bagian *Path Coefficients* seperti pada tabel 4.18 dibawah ini.

**Tabel 4.18**

*Path Coefficients*

Variabel	Original Sample (O)	t-Statistics	H <sub>0</sub>	Kesimpulan
Pengaruh <i>Personal Knowledge Management 2.0</i> terhadap <i>Innovation Capability</i>	0,289	9,984	Ditolak	Signifikan
Pengaruh <i>Personal Knowledge Management 2.0</i> terhadap <i>Innovation Capability</i> dengan <i>Social</i>	27788,67	10,891	Ditolak	Signifikan



<i>Capital</i> sebagai variabel				
Moderasi				

### 1. Pengaruh *Personal Knowledge Management 2.0* terhadap *Innovation Capability*

Berdasarkan Tabel 4.18 diatas, diketahui bahwa koefisien jalur *Personal Knowledge Management 2.0* terhadap *Innovation Capability* sebesar 0,289, dimana arah pengaruh yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *Personal Knowledge Management 2.0* maka akan mengakibatkan semakin tingginya *Innovation Capability*. Nilai t-statistik (t-hitung) yang diperoleh sebesar 9,984. Dikarenakan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari 1,96 atau  $9,984 > 1,96$  maka diketahui bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa *personal knowledge management 2.0* berpengaruh secara parsial terhadap *innovation capability* pada pekerja di Industri Kreatif Sub-bidang Film & Animasi Kota Cimahi.

Hal ini sejalan dengan hasil studi oleh Sulistiyani & Harwiki (2016) yang menunjukkan bahwa *innovation capability* ternyata dapat ditingkatkan melalui adanya perilaku *knowledge sharing* yang merupakan bagian dari *knowledge management*.

## **2. Pengaruh *Personal Knowledge Management 2.0* terhadap *Innovation Capability* dengan *Social Capital* sebagai Variabel Moderasi**

Berdasarkan Tabel 4.18 diatas, diketahui bahwa koefisien jalur *Personal Knowledge Management 2.0* terhadap *Innovation Capability* dengan *Social Capital* sebagai Variabel Moderasi sebesar 27788,67, dimana arah pengaruh yang positif menunjukkan bahwa jika *Social Capital* tinggi maka hubungan antara *Personal Knowledge Management 2.0* dengan *Innovation Capability* akan tinggi pula. Nilai t-statistik (t-hitung) yang diperoleh sebesar 10,891. Dikarenakan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari 1,96 atau  $10,891 > 1,96$  maka diketahui bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa *social capital* dapat memoderasi hubungan antara *personal knowledge management 2.0* dengan *innovation capability* pada pekerja di Industri Kreatif Sub-bidang Film & Animasi Kota Cimahi.

Hasil ini selaras dengan studi yang dilakukan oleh Ahn dkk. yang menunjukkan bahwa *social capital* berguna sebagai moderator yang esensial dalam merealisasikan kinerja inovasi. Peningkatan pada manajemen pengetahuan personal 2.0 akan meningkatkan masing-masing dimensi *social capital*, sehingga dapat meningkatkan kinerja inovasi.

### **b) Hipotesis Simultan**

#### **- Pengaruh *Personal Knowledge Management 2.0* terhadap *Innovation Capability* dengan *Social Capital* sebagai variabel Moderasi**

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui bahwa nilai *r-square Personal Knowledge Management 2.0* terhadap *Innovation Capability* dengan *Social*

*Capital* sebagai variabel Moderasi sebesar 0,348. Sehingga nilai  $F_{hitung}$  dapat dihitung sebagai berikut:

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^n P_{YXi} r_{YX1}}{k \left\{ 1 - \sum_{i=1}^n P_{YXi} r_{YX1} \right\}}$$

$$F = \frac{(100 - 3 - 1) \times 0,348}{3 \{1 - 0,348\}} = 17,080$$

Dari perhitungan diatas, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17,080. Dengan  $\alpha = 0,05$  serta derajat kebebasan  $v_1 = 3$  dan  $v_2 = 100 (n - (k + 1))$ , maka di dapat  $F_{tabel} 2,699$ . Dikarenakan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $17,080 > 2,699$ ) maka  $H_0$  ditolak, artinya *social capital* dapat memoderasi hubungan antara *personal knowledge management 2.0* secara simultan dengan *innovation capability* pada pekerja di Industri Kreatif Sub-bidang Film & Animasi Kota Cimahi.

### 3. *Predictive Relevance* (Nilai Q Square)

Adapun untuk pengujian *predictive relevance* dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,348)$$

$$Q^2 = 0,348 (34,8\%)$$

$$\text{Galat Model } 100\% - 34,8\% = 65,2\%$$

Hal tersebut menunjukkan model hasil analisis dapat menjelaskan 34,8% keragaman data mampu mengkaji fenomena yang dipakai pada penelitian, sedangkan 65,2% dijelaskan komponen lain yang tidak diamati pada model ini.

#### 4. *Goodness of Fit (GoF)*

Index ini digunakan untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural dan disamping itu menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model. Nilai GoF 0.10 disimpulkan bahwa GoF termasuk dalam kategori *small*, Nilai GoF 0.250 disimpulkan bahwa GoF termasuk dalam kategori *medium* dan Nilai GoF 0.36 disimpulkan bahwa GoF termasuk dalam kategori *large*. Untuk alasan ini *GoF index* dihitung dari akar kuadrat nilai *average communality index* dan *average R-square* sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{GoF} &= \sqrt{\text{Aavg Comm} \times \text{Aavg R}^2} \\ &= \sqrt{0.644 \times 0.348} \\ &= 0,473 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, diketahui bahwa nilai GoF yang diperoleh sebesar 0,473, maka diketahui bahwa nilai GoF nya termasuk dalam kategori tinggi (*large*) yang artinya keadaan yang diobservasi sesuai dengan model yang diprediksi pada penelitian ini.