

PERAN KREATIFITAS KERJA MEMEDIASI PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP EFISIENSI KERJA (Studi Pada Karyawan Swasta di Kota Denpasar)

Ni Nyoman Kerti Yasa¹, Putu Laksmita Dewi Rahmayanti², I Gusti Ayu Dewi Adnyani³,
I Gusti Ayu Tirtayani⁴

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana

⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar

Email: kertiyasa@unud.ac.id

Received : March, 2024

Accepted : April, 2024

Published : April, 2024

ABSTRACT

Abstract tells the basic content of writing clearly and briefly, so it can be used as guidance for the readers in determining the level of relevance towards their need in a short time. Abstract should be informative and give clear statement about the problem, approach or suggested solution, and the result that shows the solution of the problem. The abstract should 90 until 200 words longer. Abstract should be written in past tense and use nomenclature standard. It is suggested to use keywords that shows the knowledge field related to the research.

Keywords: font, paper, format

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menjelaskan peran kreatifitas kerja memediasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap efisiensi kerja. Populasi penelitian ini adalah karyawan swasta yang sudah menggunakan sosial media di di Kota Denpasar. Besarnya sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah Path Analysis dengan menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreatifitas kerja tidak mampu memediasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap efisiensi kerja karyawan swasta di Kota Denpasar. Oleh karena itu penting bagi manajer perusahaan swasta yang ada di Kota Denpasar cukup fokus memperhatikan penggunaan media sosial untuk meningkatkan efisiensi kerja karyawannya.

Kata Kunci: penggunaan media sosial, kreatifitas karyawan, efisiensi kerja.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial saat sekarang sudah sangat populer di kalangan bisnis maupun perusahaan. Penggunaan media sosial di kalangan bisnis lebih menonjol sebagai media promosi baru menggantikan media promosi konvensional dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan (Yasa *et al.*, 2020; Yasa *et al.*, 2021; Muna *et al.*, 2022; Anggraini *et al.*, 2022). Apalagi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah penggunaan media sosial sangat membantu karena dapat mengurangi biaya promosi yang harus dikeluarkan dalam jumlah besar. Penggunaan media sosial juga sekarang sudah digunakan oleh perusahaan – perusahaan swasta untuk meningkatkan efisiensi kerja karyawannya (Liang *et al.*, 2021; Liu *et al.*, 2021). Melalui penggunaan media sosial seperti penggunaan WhatsApp (WA), Instagram, Line, Facebook ternyata dapat meningkatkan efisien kerja dalam hal penyelesaian pekerjaan. Hal ini terungkap

dari hasil wawancara pada tiga puluh orang karyawan swasta yang memang sudah terbiasa berkomunikasi tentang urusan pekerjaan kantor melalui WA dengan teman sekantornya. Dari 30 orang yang disurvei hanya lima orang yang menjawab bahwa penggunaan media sosial kurang membantu dalam menyelesaikan pekerjaan. Fenomena di lapangan seperti ini merupakan kondisi yang menyatakan bahwa media sosial secara umum sudah memberikan kontribusi positif terhadap efisiensi kerja walaupun belum seratus persen.

Kajian tentang pengaruh penggunaan media sosial terhadap efisiensi kerja sudah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya antara lain : Liang *et al.* (2021); Jia *et al.* (2021). Ini juga suatu fenomena yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sudah mendunia di perusahaan swasta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial ada yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap efisien kerja (Sutanto *et al.*, 2018), artinya semakin tinggi penggunaan media sosial terkait pekerjaan kantornya maka terjadi peningkatan efisiensi kerja. Namun tidak semua penelitian menunjukkan hasil yang selaras, masih ada beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh terhadap efisiensi kerja (Chen *et al.*, 2022).

Berbasis dari *research gap* yang ada, maka perlu dilengkapi dengan variabel mediasi. Variabel mediasi yang cocok digunakan adalah variabel kreatifitas kerja, Adapaun alasan memasukkan variabel kreatifitas kerja sebagai variabel mediasi adalah: 1) penggunaan media sosial tentunya mampu menyebabkan penggunaannya memiliki banyak informasi terkait pekerjaan dan mendorong yang bersangkutan menjadi lebih kreatif. Hal ini didukung dengan hasil penelitian dari Gong *et al.* (2020); Zhou *et al.* (2022), yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial mampu meningkatkan kreatifitas kerja; 2) demikian juga kreatifitas kerja bisa digunakan untuk meningkatkan efisiensi kerja. Artinya, kalau seorang karyawan semakin kreatif maka efisien kerja meningkat, Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ince *et al.* (2022), yang menunjukkan hasil bahwa semakin tinggi kreatifitas kerja maka semakin meningkat efisiensi kerjanya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka penelitian ini mempunyai tujuan: untuk menguji dan menjelaskan peran kreatifitas kerja mediasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap efisiensi kerja karyawan swasta di Kota Denpasar.

2. METODE PENELITIAN

Kalau dilihat dari sifat permasalahannya, penelitian ini termasuk jenis penelitian kausalitas. Artinya, penelitian ini bertujuan menguji hubungan kausalitas antara variabel penggunaan media sosial, kreatifitas kerja, dan efisiensi kerja. Penelitian ini dilakukan pada karyawan swasta yang sudah menggunakan media sosial untuk urusan pekerjaan di kantornya yang berlokasi di Kota Denpasar. Kuesioner disebar ke banyak group WhatsApp dengan menggunakan *google form*. Data yang terkumpul sebanyak 30 orang responden diuji validitas dan reliabilitasnya, dan hasilnya disajikan pada Tabel 1. Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh variabel adalah valid karena nilai korelasi di atas 0,30 dan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,6.

Selanjutnya pengumpulan data dilanjutkan dengan menyebar kuesioner dalam format *google form* ke banyak group WhatsApp dan terkumpul sebanyak 100 orang responden sesuai dengan rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya sampel, yaitu 10 x jumlah indikator. Sampel sebesar 100 orang responden, selanjutnya dianalisis menggunakan alat analisis yaitu: Path Analysis dengan menggunakan SEM-PLS.

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel / indicator variabel	Item	Korelasi r	Cronbach's Alpha α
Penggunaan media sosial (X)	X		0.845
	X1	0.905	
	X2	0.906	
	X3	0.837	
Kreatifitas kerja (Y1)	Y1		0.918
	Y1.1	0.882	

	Y1.2	0.918	
	Y1.3	0.877	
	Y1.4	0.910	
Efisiensi kerja (Y2)	Y2		0.957
	Y2.1	0.958	
	Y2.2	0.968	
	Y2.3	0.958	

Sumber: data diolah, 2023

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Karakteristik responden

Profil dari 100 responden disajikan secara umum dengan beberapa karakteristik meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, lamanya bekerja. Adapun karakteristik responden penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut. Responden wanita lebih banyak dibanding responden pria, yaitu wanita sebanyak 54 orang dan responden pria 46 orang. Rentang usia 18-28 tahun mendominasi pengisian kuesioner sebesar 50 orang. Responden berpendidikan tingkat sarjana yang mendominasi, yaitu sebanyak 38 orang. Pengelompokan responden berdasarkan lama bekerja didapat data bahwa sebanyak 50 orang bekerja dalam waktu > 1 – 3 tahun. Karakteristik responden disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Pria	46	46
		Wanita	54	54
		Total	100	100
2	Usia	18 - 28 tahun	50	
		➤ 28 - 38 tahun	24	
		> 38-48 tahun	20	
		> 48-58 tahun	6	
		Total	100	100
3	Pendidikan Terakhir	SMA/SMK sederajat	30	30
		Sarjana	38	38
		Pascasarjana	32	32
		Total	100	100
5	Lama bekerja	➤ 1- 3 tahun	50	50
		➤ 3 – 5 tahun	10	10
		➤ 5 – 7 tahun	6	6
		➤ 7 tahun	34	34
		Total	100	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Hasil Analisis SEM PLS

Studi ini menggunakan dua tahap pendekatan untuk mengukur model sebelum digunakan untuk pengujian hipotesis, bertujuan untuk memverifikasi validitas dan reliabilitas suatu model penelitian. Pertama dengan menganalisis *convergent validity* dilanjutkan dengan menganalisa *discriminant validity*.

Uji Outer Model

Convergent Validity

Uji *outer model* dilakukan untuk memastikan indikator penelitian layak untuk digunakan sebagai perannya dalam pengukuran variabel penelitian, maka untuk melihat apakah suatu model valid untuk menjadi landasan penelitian maka terdapat tiga kriteria yang harus terpenuhi, yaitu: (1) semua *indicator loading* harus diatas 0,65 (2) *Composite Reliability* (CR) harus diatas 0,8, dan (3) *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap konstruk harus melebihi angka 0,5.

Tabel 3. Hasil Ukuran Model

Konstruk	Indikator	<i>Outer Loading</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
Penggunaan media sosial (X)	X1	0.944	0.921	0.796
	X2	0.939		
	X3	0.783		
Kreatifitas kerja (Y1)	Y1.1	0.874	0.935	0.781
	Y1.2	0.901		
	Y1.3	0.874		
	Y1.4	0.886		
Efisiensi kerja (Y2)	Y2.1	0.948	0.967	0.907
	Y2.2	0.967		
	Y2.3	0.942		

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa semua *outer loading* indikator memiliki nilai diatas 0.65 dengan rentang di antara 0.783 hingga 0.967 artinya berada pada batas rekomendasi, selanjutnya nilai *Composite Reliability* (CR) berada pada rentang antara 0.921 hingga 0.967 yang semuanya berada diatas 0.8 artinya semua konstruk yang dibentuk memiliki konsistensi yang baik sebagai model penelitian, yang ketiga adalah nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dimana semuanya bernilai diatas 0.5 yaitu dengan rentang dari 0.781 hingga 0.907 sehingga dapat disimpulkan model penelitian pada studi ini memiliki validitas yang baik.

Discriminant Validity

Untuk mengevaluasi *discriminant validity*, suatu model penelitian disarankan untuk memastikan bahwa nilai akar *Average Variance Extracted* (VAVE) sebuah variabel laten harus lebih besar.

Tabel 4. Korelasi Antar Variabel Laten

Konstruk	Penggunaan media sosial	Kreatifitas kerja	Efisiensi kerja
Penggunaan media sosial	1.000	0.471	0.664
Kreatifitas kerja	0.471	1.000	0.680
Efisiensi kerja	0.664	0.680	1.000

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 5. Nilai akar AVE

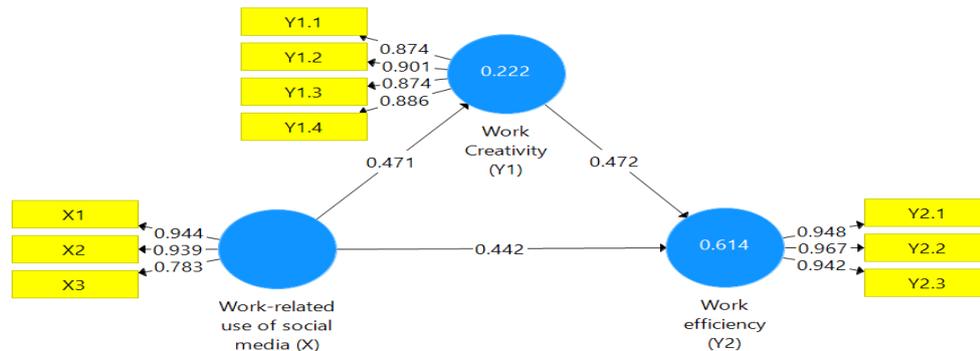
Konstruk	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	Akar AVE
Penggunaan media sosial	0.796	0.892
Kreatifitas kerja	0.781	0.884
Efisiensi kerja	0.907	0.952

Sumber: Data diolah, 2023

Discriminant validity dianggap baik jika nilai akar AVE (VAVE) pada Tabel 5 lebih besar dari 0.5. Model penelitian yang diajukan pada studi ini bisa dianggap baik, dimana nilai V AVE terkecil yaitu sebesar 0.884

Uji Inner Model

Model struktural berfokus kepada hubungan yang dihipotesiskan atau jalur antar variabel laten. Adapun hasil dari pengujian *inner model* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2.
Model Struktural

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen dan uji *t* serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Koefisien Determinasi (R^2)

Pada penelitian ini akan dilakukan *bootstrap* yang akan menghasilkan dua pengukuran model struktural yaitu: nilai *t* (*t-test*) dan R^2 yang akan diinterpretasikan sama seperti analisis regresi berganda (*multiple regression*) pada umumnya. Kekuatan prediksi suatu model penelitian dapat dilihat dengan melihat nilai R^2 yang dihasilkan oleh proses *bootstrap*, pada Tabel 6. akan disajikan nilai R^2 untuk setiap variabel eksogen yang terdapat pada model.

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Konstruk	R^2
Kreatifitas kerja	0.222
Efisiensi kerja	0.614
Catatan: hanya variabel endogen (dependen) yang memiliki nilai R^2	

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 6, dapat dijelaskan nilai R^2 tertinggi terdapat pada variabel efisiensi kerja sebesar 0.614 yang dapat diartikan bahwa sebanyak 61.4 % variabel efisiensi kerja dapat dijelaskan oleh konstruk yang terdapat pada model yaitu penggunaan media sosial dan kreatifitas kerja sedangkan nilai terendah terdapat pada variabel kreatifitas kerja dengan 0.222 yang artinya sebesar 22.2 % variabel kreatifitas kerja dapat dijelaskan konstruk-konstruk yang mempengaruhi variabel tersebut penggunaan media sosial. Dari eksaminasi terhadap nilai R^2 dapat disimpulkan secara umum kemampuan prediksi model penelitian ini cukup baik, dilihat dari dua variabel yang memiliki nilai R^2 , sebagai berikut: satu variabel memiliki nilai R^2 yang rendah, yaitu variabel kreatifitas kerja, sedangkan variabel efisiensi kerja R^2 sudah di atas 50 %.

Uji Hipotesis

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada *output path coefficients* yang di sajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Path Coefficient

Hipotesis	Korelasi antar Variabel	Koefisien Jalur	<i>t-statistic</i>	<i>p-values</i>	Keterangan
-----------	-------------------------	-----------------	--------------------	-----------------	------------

H1	Penggunaan media sosial → efisiensi kerja	0.442	4.043	0.000	diterima
H2	Penggunaan media sosial → kreatifitas kerja	0.471	2.711	0.007	diterima
H3	Kreatifitas kerja → efisiensi kerja	0.472	4.163	0.000	diterima
H4	Penggunaan media sosial → kreatifitas kerja → efisiensi kerja	0.222	2.491	0.013	diterima

Sumber: Data diolah, 2023

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *t-statistics* dan melihat *p-value*. Apabila *p-value* < 0.05 maka hipotesis diterima. Berdasarkan Tabel 7, dapat dijelaskan bahwa penggunaan media sosial terhadap efisiensi kerja memiliki nilai *t*-statistik sebesar 4.043 dengan *p-value* sebesar 0.000 < 0.05 maka H1 diterima. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial maka semakin tinggi efisiensi kerja. Penggunaan media sosial terhadap kreatifitas kerja memiliki nilai *t*-statistik sebesar 2.711 dengan *p-value* 0.007 < 0.05 maka H2 diterima. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial maka semakin tinggi kreatifitas kerja. Kreatifitas kerja terhadap efisiensi kerja memiliki nilai *t*-statistik sebesar 4.163 dengan *p-value* 0.000 < 0.05 maka H3 diterima. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kreatifitas kerja maka semakin tinggi efisiensi kerja. Selanjutnya, penggunaan media sosial terhadap efisiensi kerja melalui kreatifitas kerja dengan nilai *t*-statistik sebesar 2.491 dengan *p-value* sebesar 0.013 < 0.05, maka H4 diterima.

3.2 Pembahasan

Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Efisiensi Kerja

Berdasarkan hasil analisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap efisiensi kerja diperoleh nilai koefisien beta sebesar 0.442 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 < 0.05 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil tersebut berarti, variabel penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi kerja. Ini berarti bahwa, semakin tinggi penggunaan media sosial terkait pekerjaan, yang ditunjukkan oleh penggunaan media sosial terkait pekerjaan untuk mendiskusikan informasi item pekerjaan dengan rekan kerja, untuk berbagi informasi tujuan rencana kerja dengan rekan kerja, untuk berbagi dokumen dan informasi file dalam perusahaan, maka mampu meningkatkan efisiensi kerja karyawan di perusahaan swasta yang ada di Kota Denpasar.

Hasil penelitian ini sekaligus memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Liang *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan efisien kerja. Hasil serupa juga telah diperoleh sebelumnya oleh Liu *et al.* (2021), yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial mampu membuat efisiensi kerja meningkat. Hasil penelitian tersebut juga diperkuat oleh hasil penelitian dari Cau *et al.* (2016) yang menemukan bahwa variabel penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel efisiensi kerja.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kreatifitas Kerja

Berdasarkan hasil analisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap kreatifitas kerja diperoleh nilai koefisien beta sebesar 0.471 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.007 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil tersebut berarti, variabel penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreatifitas kerja. Jadi, semakin tinggi penggunaan media sosial terkait pekerjaan pada perusahaan swasta yang ada di Kota Denpasar, yang ditunjukkan oleh penggunaan media sosial terkait pekerjaan untuk mendiskusikan informasi item pekerjaan dengan rekan kerja, untuk berbagi informasi tujuan rencana kerja dengan rekan kerja, untuk berbagi dokumen dan informasi file dalam perusahaan, maka dapat meningkatkan kreativitas kerja karyawannya.

Hasil penelitian ini sekaligus memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ma *et al.* (2022), yang menyatakan bahwa variabel penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreatifitas kerja. Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian dari beberapa peneliti, antara lain: Chen *and* Wei (2020); Lee *and* Tao (2021); Thi *et al.* (2022); dan Zhou *et al.* (2022), yang menemukan hasil bahwa variabel penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kreatifitas kerja sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial yang semakin tinggi dapat meningkatkan kreativitas kerja karyawannya.

Pengaruh Kreatifitas Kerja terhadap Efisiensi Kerja

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kreatifitas kerja terhadap efisiensi kerja diperoleh nilai koefisien beta sebesar 0.472 dengan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil tersebut berarti, kreatifitas kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi kerja. Hal ini berarti, semakin tinggi kreatifitas kerja karyawan yang ditunjukkan oleh bisa mencoba ide atau metode baru terlebih dahulu, bisa mencari ide dan cara baru untuk memecahkan masalah, bisa menghasilkan ide-ide inovatif terkait dengan bidangnya, bisa menjadi panutan yang baik untuk kreativitas, maka dapat meningkatkan efisiensi kerja karyawan pada perusahaan swasta yang ada di Kota Denpasar.

Hasil penelitian ini sekaligus memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ikhida *et al.* (2022), tentang pengaruh kreatifitas kerja mampu meningkatkan efisiensi kerja karyawan. Hasil ini juga diperkuat oleh hasil penelitian Muzzio (2022), menemukan hasil bahwa kreatifitas kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi kerja karyawan.. Dapat disimpulkan bahwa, untuk meningkatkan efisiensi kerja karyawan maka sebaiknya dibangun kreatifitas kerja yang semakin tinggi.

Peran Kreatifitas Kerja Memediasi Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efisiensi Kerja.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap efisiensi kerja melalui kreatifitas kerja diperoleh nilai koefisien beta sebesar 0.222 dengan tingkat signifikansi sebesar $0.013 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil tersebut berarti, kreatifitas kerja mampu menjadi mediasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap efisiensi kerja secara parsial. Hal ini menunjukkan tanpa kreatifitas kerja penggunaan media sosial memang sudah memiliki pengaruh terhadap efisiensi kerja sehingga kreatifitas kerja mampu memainkan peran dinataranya pengaruh penggunaan media sosial terhadap efisiensi kerja secara parsial.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini adalah : 1) Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi kerja. Hasil ini berarti bahwa, semakin tinggi penggunaan media sosial oleh karyawan swasta di Kota Denpasar maka semakin tinggi tingkat efisiensi kerjanya. 2) Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreatifitas kerja. Hasil ini berarti bahwa, semakin tinggi penggunaan media sosial maka semakin tinggi kreatifitas kerja karyawan swasta di Kota Denpasar. 3) Kreatifitas kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi kerja. Hasil ini berarti bahwa, semakin tinggi kreatifitas kerja maka semakin tinggi juga efisiensi kerjanya. 4) Kreatifitas kerja mampu memediasi secara parsial pengaruh penggunaan media sosial terhadap efisiensi kerja. Ini berarti bahwa tanpa mediasi kreatifitas kerja, variabel penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggraini, N.P.N., Yasa, N.N.K., Giantari, IGAK, Ekawati, NW. (2022), The impact of SNS marketing use on women entrepreneurs in the new normal era, *International Journal of Data and Network Science*, Vol. 6, No. 3, pp. 769 – 778.
- [2] Cao, X., Guo, X., Vogel, D. and Zhang, X. (2016), Exploring the influence of social media on employee work performance, *Internet Research*, Vol. 26 No. 2, pp. 529-545. <https://doi.org/10.1108/IntR-11-2014-0299>
- [3] Chaubey, A. and Sahoo, C.K. (2022), The drivers of employee creativity and organizational innovation: a dynamic capability view, *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 29 No. 8, pp. 2417-2449. <https://doi.org/10.1108/BIJ-06-2021-0316>
- [4] Chen, X. and Wei, S. (2020), The impact of social media use for communication and social exchange relationship on employee performance, *Journal of Knowledge Management*, Vol. 24 No. 6, pp. 1289-1314. <https://doi.org/10.1108/JKM-04-2019-0167>

- [5] Chen, L., Zheng, B., Liu, H. and Deng, M. (2021), Three-way interaction effect of social media usage, perceived task interdependence and perceived participative leadership on employee creativity, *Internet Research*, Vol. 31 No. 2, pp. 457-478. <https://doi.org/10.1108/INTR-02-2020-0104>
- [6] Chen, X., Ou, C.X. and Davison, R.M. (2022), Internal or external social media? The effects of work-related and social-related use of social media on improving employee performance, *Internet Research* Vol. 32 No. 3, pp. 680-707. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2020-0159>
- [7] Cristofaro, M., Leoni, L. and Giardino, P.L. (2022), Cognitive biases' influence on employees' product creativity and product performance: evidences from Italian manufacturing technology firms, *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. 33 No. 4, pp. 675-695. <https://doi.org/10.1108/JMTM-10-2020-0414>
- [8] Daowd, A., Kamal, M.M., Eldabi, T., Hasan, R., Missi, F. and Dey, B.L. (2021), The impact of social media on the performance of microfinance institutions in developing countries: a quantitative approach, *Information Technology & People*, Vol. 34 No. 1, pp. 25-49. <https://doi.org/10.1108/ITP-03-2018-0135>
- [9] Gong, M., Xu, M., Luqman, A., Yu, L. and Masood, A. (2020), Understanding the role of individual differences in mobile SNS addiction, *Kybernetes*, Vol. 49 No. 12, pp. 3069-3097. <https://doi.org/10.1108/K-05-2019-0367>
- [10] Hu, S., Gu, J., Liu, H. and Huang, Q. (2017), The moderating role of social media usage in the relationship among multicultural experiences, cultural intelligence, and individual creativity, *Information Technology & People*, Vol. 30 No. 2, pp. 265-281. <https://doi.org/10.1108/ITP-04-2016-0099>
- [11] Ikhide, J.E., Timur, A.T. and Ogunmokun, O.A. (2022), A balanced perspective on the affordance of a gamified HRM system for employees' creative performance, *Personnel Review*, <https://doi.org/10.1108/PR-01-2021-0062>
- [12] Ince, H., Imamoglu, S.Z. and Turkcan, H. (2022), Relationships among absorptive capacity, creativity and job performance: the moderating role of social media usage, *Management Decision*, Vol. 60 No. 3, pp. 858-882. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2020-1186>
- [13] Jia, J., Ma, G., Jiang, S., Wu, M. and Wu, Z. (2021), Influence of social media use at work on construction managers' work performance: the knowledge seeker's perspective, *Engineering, Construction and Architectural Management*, Vol. 28 No. 10, pp. 3216-3235. <https://doi.org/10.1108/ECAM-09-2020-0705>
- [14] Korzynski, P., Paniagua, J. and Rodriguez-Montemayor, E. (2020), Employee creativity in a digital era: the mediating role of social media, *Management Decision*, Vol. 58 No. 6, pp. 1100-1117. <https://doi.org/10.1108/MD-05-2018-0586>
- [15] Lee, K.-S. and Tao, C.-W.(W). (2021), Secretless pastry chefs on Instagram: the disclosure of culinary secrets on social media, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 33 No. 2, pp. 650-669. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2020-0895>
- [16] Liang, M., Xin, Z., Yan, D.X. and Jianxiang, F. (2021), How to improve employee satisfaction and efficiency through different enterprise social media use, *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 34 No. 3, pp. 922-947. <https://doi.org/10.1108/JEIM-10-2019-0321>
- [17] Liu, X., Zheng, B. and Liu, H. (2021), Understanding the social media interactivity paradox: the effects of social media interactivity on communication quality, work interruptions and job performance, *Information Technology & People*, <https://doi.org/10.1108/ITP-12-2020-0845>
- [18] Ma, L., Zhang, X. and Wang, G. (2022), The impact of enterprise social media use on employee performance: a grounded theory approach, *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 35 No. 2, pp. 481-503. <https://doi.org/10.1108/JEIM-08-2020-0331>
- [19] Malik, M.J., Ahmad, M., Kamran, M.R., Aliza, K. and Elahi, M.Z. (2020), Student use of social media, academic performance, and creativity: the mediating role of intrinsic motivation, *Interactive Technology and Smart Education*, Vol. 17 No. 4, pp. 403-415. <https://doi.org/10.1108/ITSE-01-2020-0005>
- [20] Muna, N., Yasa, N., Ekawati, N.W., Wibawa, I M.A. (2022). A dynamic capability theory perspective: borderless media breakthrough to enhance SMEs performance, *International Journal of Data and Network Science*, Vol. 6, No. 2, pp. 363-374

- [21] Muzzio, H. (2022), Organizational Creativity Process: Experiences in Latin America, Montiel Méndez, O.J. and Alvarado, A.A. (Ed.) *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Latin America*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 45-62. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-955-220221004>
- [22] Sik, A. (2016), Creativity in cross-domain collaborations: searching factors to increase efficiency, *Management Research Review*, Vol. 39 No. 2, pp. 144-166. <https://doi.org/10.1108/MRR-11-2015-0273>
- [23] Sutanto, J., Liu, Y., Grigore, M. and Lemmik, R. (2018), Does knowledge retrieval improves work efficiency? An investigation under multiple systems use, *International Journal of Information Management*, Vol. 40 No. 1, pp. 42-53.
- [24] Stojic, N., Hashi, I. and Orlic, E. (2018), Creativity, innovation effectiveness and productive efficiency in the UK, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 21 No. 4, pp. 564-580. <https://doi.org/10.1108/EJIM-11-2017-0166>
- [25] Thi Minh Ly, P., Tien Thanh, P., Duy, L.T., Nghi, C.N.P., Giao, N.D.P. and Nghi, T.M. (2022), Online knowledge sharing and creativity in the context of working from home during the COVID-19 pandemic, *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-03-2022-0078>
- [26] Yasa, N.N.K., Adnyani, I G.A., Rahmayanti, P.L.D. (2020), The Influence of Social Media Usage on the Perceived Business Value and Its Impact on Business Performance of Silver Craft Smes in Celuk Village, Gianyar – Bali, *Academy of Strategic Management Journal*, Vol. 19, No. 1, 19, 1-12.
- [27] Yasa, NNK, Giantari, IGAK, Sukaatmadja, IPG, Sukawati, TGR, Ekawati, NW, Nurcaya, IN, Rahanatha, GB, & Astari, AAE (2021). The role of relational and informational capabilities in mediating the effect of social media adoption on business performance in fashion industry. *International Journal of Data and Network Science*, Vol. 5, No. 4, 569–578.
- [28] Zhou, F., Mou, J., Wang, W. and Wu, Y.J. (2022), Social media usage and employee creativity: is relational energy a missing link?, *Online Information Review*, Vol. 46 No. 6, pp. 1034-1053. <https://doi.org/10.1108/OIR-02-2021-0119>