

Peran Tacit Knowledge Sharing Terhadap Creative Behavior dalam Meningkatkan Inovasi di Production House Kita

Anindya Pradnya Paramarta; Heriyanto^{*)}

*Program Studi S-1 Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275*

^{*)}Korespondensi: heriyanto@live.undip.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran tacit knowledge sharing terhadap *creative behavior* dalam meningkatkan inovasi di Production House Kita. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling* dan data dikumpulkan menggunakan metode wawancara, observasi dan studi pustaka. Analisa data yang telah dikumpulkan menggunakan metode *thematic analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tacit knowledge sharing* berperan dalam mengembangkan *creative behavior* melalui diskusi yang dilakukan secara formal maupun informal untuk bertukar sudut pandang, ide dan pengalaman yang terdapat di Production House Kita untuk melakukan inovasi. *Creative behavior* di Production House Kita terbentuk dari hasil diskusi yang dilakukan dan motivasi yang didapatkan ketika diskusi yang dalam mengembangkan *creative behavior* yang dimilikinya sehingga mendorong Production House Kita untuk melakukan inovasi pada proyek selanjutnya. Peran *tacit knowledge sharing* terhadap *creative behavior* dalam meningkatkan inovasi di Production House Kita ditunjukkan pada proyek video iklan yang dilakukan untuk Tecno Mobile Indonesia. Namun, Production House Kita masih mengalami hambatan dalam melakukan inovasi karena terbatas pada keinginan klien dan anggaran produksi sehingga inovasi tidak dapat dilakukan dalam setiap proyek yang dilaksanakan.

Kata Kunci: tacit knowledge sharing; creative behavior; inovasi; production house kita

Abstract

This study aims to identify the role of tacit knowledge sharing creative behavior in increasing innovation in Production House Kita. The research method used is a qualitative research method. Selection of informants using purposive sampling technique and data was collected using interviews, observation and literature study. Analysis of the data that has been collected used thematic analysis methods. The results of the study indicate that tacit knowledge sharing plays a role in developing creative behavior through formal and informal discussions to exchange viewpoints, ideas and experiences contained in Production House Kita to innovate. Creative behavior in Production House Kita is formed from the results of discussions carried out and the motivation obtained when discussing which develops creative behavior that encourages Production House Kita to innovate on their next project. The role of tacit knowledge sharing on creative behavior in increasing innovation in our Production House is shown by an advertising video project conducted for Tecno Mobile Indonesia. However, Production House Kita is still experiencing obstacles in innovating because it is limited to the client's wishes and production budget so that innovation cannot be implemented in every project.

Keywords: tacit knowledge sharing; creative behavior; innovation; production house kita

1. Pendahuluan

Perubahan yang terjadi seiring berkembangnya zaman membuat individu maupun kelompok untuk harus selalu beradaptasi dan menyesuaikan diri. Dalam sebuah organisasi, adanya perubahan mengharuskan organisasi tersebut untuk terus melakukan inovasi agar tetap relevan dengan perkembangan zaman. Untuk melakukan inovasi sangat membutuhkan pengetahuan, keterampilan, pengalaman dan kreativitas yang dimiliki oleh individu-individu yang bekerja dalam sebuah organisasi. Sumber daya manusia dan kompetensi yang dimilikinya menjadi faktor yang penting bagi organisasi untuk bertahan dalam lingkungan yang kompetitif dan selalu dinamis.

Tacit knowledge sharing adalah pengetahuan yang terbatas pada kemampuan mengidentifikasi dan memecahkan masalah dengan mengembangkan model mental dari situasi kerja (Nakano et al., 2013). *Tacit knowledge* adalah pengetahuan yang sulit untuk diungkapkan dan dikodifikasi karena pengetahuan ini tertanam pada tingkat bawah sadar seorang individu (Pangil & Nasurddin, 2013). Karakteristik ini membuat *tacit knowledge* menjadi suatu sumber daya kompetitif bagi organisasi karena sulit untuk dipindahkan dan dikenal sebagai pengetahuan yang lebih kompleks dan sulit jika dibandingkan dengan *explicit knowledge*.

Dalam sebuah organisasi, *tacit knowledge* mempunyai peran penting karena dapat memicu kreativitas individu (Mohammed & Kamalanabhan, 2020). Kreativitas individu dalam sebuah organisasi dapat memunculkan ide baru untuk mengubah atau memperbaiki situasi atau dapat memberikan solusi untuk masalah organisasi. Organisasi yang dapat mempromosikan praktik *tacit knowledge sharing* antar individu atau kelompok dalam organisasi cenderung akan menghasilkan ide baru untuk mengembangkan peluang bisnis baru sehingga memfasilitasi kegiatan inovasi (Z. J. Wang et al., 2020). *Creative behavior* terbentuk ketika dalam sebuah organisasi secara terbuka dan aktif melakukan *knowledge sharing* individu (Mohammed & Kamalanabhan, 2020)

Proses inovasi dimulai dengan kreativitas individu dalam organisasi, sehingga mencetuskan ide baru yang berdasarkan pada proses kognitif individu kemudian disempurnakan dan dikembangkan melalui interaksi antar anggota tim (Zhao et al., 2020). Kemampuan perusahaan untuk mengubah dan mengeksploitasi pengetahuan dapat menentukan tingkat inovasi. Pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa tingkat inovasi pada suatu organisasi bergantung pada bagaimana organisasi tersebut mengelola aset intangible seperti *tacit knowledge* dan *creative behavior* kemudian memanfaatkannya dalam berdiskusi dan untuk mendorong terciptanya ide baru (Z. J. Wang et al., 2020).

Production House Kita adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang kreatif yang menyediakan jasa dalam membuat iklan, desain grafis dan fotografi bagi perusahaan-perusahaan seperti Tokopedia, Traveloka, Wardah, Samsung, Citibank, Softex, Gojek, dan sebagainya. Dalam setiap tahap produksi mulai dari pra produksi hingga pasca produksi, Production House Kita melakukan diskusi untuk membuat konsep yang tepat dan sesuai dengan keinginan klien bagi proyek yang akan dilaksanakannya. Sehingga Production House Kita membutuhkan *tacit knowledge* dan *creative behavior* dalam setiap proyek yang dikerjakannya agar dapat mencapai hasil yang baik dan memuaskan keinginan kliennya.

Jika dengan melakukan *tacit knowledge sharing* secara aktif dalam organisasi dapat meningkatkan *creative behavior*, maka pengetahuan yang diserap oleh individu tersebut dalam proses *knowledge sharing* dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan inovasi pada organisasi. Dengan demikian, memahami bagaimana peran *tacit knowledge sharing* dengan *creative behavior* dalam meningkatkan inovasi pada organisasi merupakan salah satu masalah yang ingin diteliti dalam penelitian ini dengan judul “Peran *Tacit Knowledge Sharing* Terhadap *Creative Behavior* Dalam Meningkatkan Inovasi Di Production House Kita”

2. Landasan Teori

2.1 Tacit Knowledge Sharing

Tacit knowledge adalah salah satu jenis knowledge sharing yang merupakan pengetahuan yang terdapat dalam individu yang sulit untuk diperjelaskan, bersifat intuitif dan hadir pada bagian persepsi dan pikiran individual (Samsudin, 2019). Sifatnya yang intuitif membuat tacit knowledge sebagai pengetahuan yang sulit untuk diungkapkan. Tacit knowledge sharing dipahami sebagai proses transfer atau penyebaran dari pengetahuan implisit dari satu individu, kelompok atau organisasi ke individu, kelompok atau organisasi lain (Pangil & Nasurddin, 2013). Tacit knowledge dikenal sebagai pengetahuan yang sulit untuk diekspresikan, seringkali cara yang dapat digunakan untuk mengungkapkannya adalah dengan melalui metafora, gambar, dan metode lain yang tidak memerlukan formalitas. Sehingga membutuhkan metode sharing yang tepat untuk mengekspresikannya. Salah satu metode praktik tacit knowledge sharing yang ideal untuk digunakan adalah melalui rapat antara karyawan dan manajemen yang membahas mengenai masalah organisasi dan cara penyelesaiannya (Majewska & Szulczyńska, 2014).

2.2 Creative Behavior

Individual creativity mengacu pada kemampuan individu dalam menghasilkan dan mengembangkan ide baru dan mengubahnya menjadi tindakan nyata dalam organisasi sehingga dapat menguntungkan operasi dan perkembangan organisasi (Zhao et al., 2020). Creative behavior adalah instrumen yang digunakan organisasi dalam menemukan solusi baru untuk masalah yang dapat meningkatkan motivasi karyawan, merangsang prospek karir, memacu citra individu dan meningkatkan kinerja pekerjaan individu dan organisasi (De Clercq & Pereira, 2020). Adanya pertukaran ide-ide antara individu, kelompok dan organisasi akan membangun perilaku antar individu, kelompok dan organisasi dalam bertukar pikiran untuk mendapatkan atau mengembangkan ide yang ada. Iklim dalam organisasi merupakan faktor penting dalam membangun creative behavior pada individu (Munir & Beh, 2019)

2.3 Inovasi

Inovasi diakui sebagai pendorong bagi organisasi untuk menciptakan nilai dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam lingkungan yang cepat berubah (Wang & Wang, 2012). Organisasi dengan inovasi yang lebih besar akan mengembangkan kemampuan baru yang memungkinkan organisasi tersebut dalam mencapai kinerja yang lebih baik dan lebih unggul. Inovasi cenderung akan bergantung pada pengetahuan, ketrampilan dan pengalaman karyawan dalam proses menciptakan hal baru (Wang & Wang, 2012). Kemampuan sebuah organisasi dalam mengeksplorasi dan mengubah pengetahuan yang

dimiliki karyawan untuk menentukan tingkat inovasi seperti menemukan solusi sebuah masalah atau menciptakan produk baru sebagai kemampuan untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berubah (Wang & Wang, 2012)

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Flick (2018) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menginterpretasi suatu keadaan atau interaksi melalui perspektif peneliti dengan menggunakan teks atau kata-kata untuk mendeskripsikannya. Metode penelitian kuantitatif tidak tepat digunakan karena pada analisis data dalam penelitian ini tidak menggunakan angka namun menggunakan kata-kata. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang lebih fokus dalam meneliti proses terjadinya suatu peristiwa dibanding dengan hasilnya, namun bukan berarti dalam penelitian kualitatif tidak memperhatikan hasil, hanya saja kekuatan penelitian kualitatif adalah pada menjabarkan atau mendeskripsikan proses suatu kejadian melalui perspektif dari informan yang mengalaminya (Maxwell, 2004)

Penelitian ini menggunakan data kualitatif bersifat naratif dan sumber data berasal dari data primer berupa observasi dan wawancara serta studi pustaka. Informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan memilih manajer dari divisi yang merupakan bagian dari tim produksi di Production House Kita sebagai informan. Metode pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan studi pustaka. Wawancara yang dilakukan dengan pendekatan formal namun dengan bahasa yang santai dan menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan dalam memperhatikan aspek yang harus dibahas. Observasi dilakukan untuk mendapatkan perspektif informan yang tidak bisa didapatkan pada saat dilakukan wawancara. Studi pustaka dalam penelitian ini dilakukan untuk menghubungkan ide dan teori dengan aplikasi, juga dilakukan untuk menganalisis penelitian sebelumnya, mengidentifikasi isu pada sebuah topik, atau menjelaskan garis argumen dalam suatu bidang.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode thematic analysis menurut Terry et al., (2017). Transkrip wawancara dibuat untuk memahami data yang telah diperoleh dari informan dan membuat catatan pribadi. Pada proses coding, dilakukan identifikasi poin-poin yang memiliki makna yang relevan dengan pertanyaan penelitian yang terdapat dalam data dan menandainya dengan memberikan label. Setelah menentukan semua kode, kode dikelompokkan sesuai maknanya hingga memperoleh beberapa kelompok untuk mendapatkan tema yang sesuai dengan tujuan penelitian. Setelah menentukan tema awal, tema awal akan ditinjau kembali. Setelah mengkonfirmasi bahwa tema awal telah sesuai, maka nama tema akhir akan diberikan pada tema awal yang telah ditinjau. Hasil analisa data dan tema akhir yang telah ditentukan akan ditulis dalam laporan sesuai dengan hasil yang telah diperoleh.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Tacit Knowledge Sharing di Production House Kita

Pada proyek yang dilakukan oleh Production House Kita, dilakukan beberapa tahapan produksi yaitu

pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dalam setiap tahap produksi, *tacit knowledge sharing* dilakukan dengan tujuan untuk mempelajari *product knowledge* dan keinginan klien. Dengan melakukan *tacit knowledge sharing*, tim produksi akan mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk membuat konsep yang sesuai dengan yang diinginkan oleh klien dan dapat melakukan brainstorming untuk menentukan konsep dari proyek yang akan dilakukan. *Tacit knowledge sharing* juga dilakukan ketika konsep yang diberikan belum sesuai dengan yang diinginkan klien. *Tacit knowledge sharing* kemudian dilakukan kembali dengan tujuan untuk mencari ide solusi atas masalah yang terjadi dalam proyek. Hal tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ozbebek & Toplu (2011) yang menyatakan bahwa *knowledge sharing* dalam interaksi formal seperti tim kerja untuk bertukar pikiran atau memecahkan masalah dengan mencari ide dari karyawan.

Cara *tacit knowledge sharing* dilakukan berperan penting dalam menciptakan pengetahuan baru untuk memenuhi tujuan awal dilakukannya *tacit knowledge sharing*. Namun, terjadinya pandemi Covid-19 membuat kegiatan yang dilakukan secara tatap muka menjadi terhenti sementara, sehingga diskusi dilakukan secara daring melalui aplikasi seperti *Zoom* atau *Google Meet*. Representasi visual yang digunakan oleh Production House Kita untuk mendukung penjelasan lisan dalam diskusi adalah melalui *idea board* dan presentasi. *Tacit knowledge sharing* memerlukan interaksi tatap muka karena *tacit knowledge sharing* merupakan hasil dari interaksi sosial dan debat dialektika antar individu yang membutuhkan banyak usaha dan tekad untuk dapat memahaminya (Pangil & Nasurddin, 2013)

Tacit knowledge sharing di Production House Kita dilakukan secara formal dengan klien juga secara informal dengan sesama rekan kerja pada waktu istirahat. Diskusi yang dilakukan secara formal hanya dilakukan dengan klien karena tujuan dilakukannya diskusi formal adalah untuk mendapatkan persetujuan dari klien atas konsep yang telah dibuat atau proses pelaksanaan suatu proyek. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Alzghoul et al., (2018) menemukan bahwa iklim tempat kerja berpengaruh signifikan terhadap antusiasme karyawan untuk mempresentasikan ide-ide kreatif, memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang untuk kepentingan organisasi. Rasa nyaman yang didapatkan dalam iklim kerja akan mempengaruhi koneksi emosional individu dengan organisasi dan rekan kerjanya. Salah satu cara yang dilakukan untuk membangun kedekatan emosional antara anggota tim di Production House Kita adalah memberikan meja kerja yang secara tidak langsung dapat menciptakan sinergi baik antar anggota tim.

Kesulitan lain yang dihadapi Production House Kita dalam melakukan *tacit knowledge sharing* adalah penggunaan bahasa yang baku ketika diskusi dan diskusi yang dilakukan secara daring. Dalam menyampaikan ide dalam sebuah diskusi, menggunakan bahasa Indonesia yang baku terkadang membuat anggota tim diskusi menjadi kesulitan untuk menyampaikan apa yang dimaksud karena terdapat beberapa istilah atau ungkapan yang tidak terdapat dalam kosa kata bahasa Indonesia yang baku. Hal tersebut dikuatkan oleh Pangil & Nasurddin, (2013) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa *tacit knowledge* diekspresikan dalam bentuk evaluasi, sikap, sudut pandang, motivasi dan sebagainya. Sehingga mengungkapkan *tacit knowledge* menggunakan kata-kata membutuhkan bantuan seperti metafora, gambar

dan ekspresi yang berbeda dan tidak menggunakan bahasa yang formal atau baku.

4.2 Tacit Knowledge Sharing Terhadap Creative Behavior di Production House Kita

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam industri kreatif, mempunyai creative behavior menjadi hal yang krusial dimiliki bagi individu yang bekerja di Production House Kita. Creative behavior melibatkan kemampuan untuk menggenerasikan ide-ide baru yang dapat mengubah atau memperbaiki situasi dalam organisasi atau untuk memberikan solusi untuk masalah organisasi (De Clercq & Pereira, 2020). Meskipun begitu, creative behavior bukan sifat yang dimiliki seseorang sejak lahir, namun sebuah keahlian yang dapat dikembangkan.

Tacit knowledge sharing memungkinkan adanya proses pertukaran pengetahuan berupa pengalaman dari seorang individu yang dapat memicu berkembangnya *creative behavior*. Selain pengalaman, evaluasi kinerja juga menjadi salah satu faktor dalam mengembangkan *creative behavior*. Dalam evaluasi tersebut dapat menunjukkan peluang bagi seorang individu untuk meningkatkan lagi kreativitasnya. *Tacit knowledge sharing* yang kerap dilakukan dalam organisasi akan menstimulasi kreativitas individu melalui kegiatan diskusi sehingga individu dapat memperoleh wawasan dan menghasilkan ide-ide baru (Mohammed & Kamalanabhan, 2020).

Dalam Production House Kita, diskusi sudah menjadi hal yang natural untuk dilakukan karena dalam setiap proyek baru mengharuskan mereka untuk menciptakan konsep baru untuk memenuhi keinginan klien. Motivasi menjadi salah satu faktor bagi karyawan di Production House Kita untuk mengembangkan *creative behavior*. Dengan mengembangkan *creative behavior* akan memicu individu untuk menghasilkan karya yang membanggakan bagi dirinya dan tim produksinya. Motivasi tersebut dipicu melalui *tacit knowledge sharing* yang dilakukan karena mempertemukan individu yang memiliki ide dengan individu lain yang dapat menerima dan mengembangkan ide tersebut.

Dalam melakukan sebuah proyek, Production House Kita seringkali melibatkan individu yang bukan merupakan karyawan Production House Kita. Kesempatan tersebut dimanfaatkan oleh karyawan Production House Kita sebagai sarana belajar dan bertukar sudut pandang dan pengalaman. Keinginan ini muncul terutama ketika mengetahui bahwa individu tersebut terkenal atas karya-karya yang pernah dibuat dan pengalaman yang dimilikinya. Memiliki motivasi untuk ingin melakukan tacit knowledge sharing dalam individu berperan untuk memberikan gairah bekerja bagi individu karena melalui diskusi atau sharing, individu menemukan cara baru bagi seorang individu untuk berkembang (De Clercq & Pereira, 2020)

4.3 Tacit Knowledge Sharing Terhadap Creative Behavior dalam Meningkatkan Inovasi di Production House Kita

Inovasi merupakan suatu hal yang krusial dilakukan oleh sebuah organisasi untuk bertahan dalam persain industri. Inovasi dimulai dari knowledge sharing yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan organisasi dan mempromosikan terjadinya interaksi antar pengetahuan baru dan lama hingga menghasilkan

teknologi dan metode baru (Zhao et al., 2020). Setelah melakukan sebuah proyek, tim produksi Production House Kita akan melakukan evaluasi. Pengalaman yang didapatkan pada saat melakukan proyek kemudian dievaluasi kembali oleh anggota tim melalui diskusi-diskusi yang dilakukan oleh Production House Kita. Hasil evaluasi bermanfaat bagi Production House Kita karena dalam evaluasi tersebut anggota tim mendapatkan kesempatan untuk meninjau kembali pencapaian dan kesalahan yang dilakukan dalam proyek. Melakukan evaluasi juga membantu anggota tim dalam mengembangkan creative behavior dan mencetuskan ide atau solusi untuk melakukan inovasi dalam memperbaiki dan melakukan proyek selanjutnya.

Dalam tacit knowledge sharing yang dilakukan oleh tim produksi, individu akan mendapatkan pengetahuan baru dari pengalaman yang didiskusikan bersama. Pengetahuan ini akan membantu Production House Kita pada saat melakukan dapat memperbaiki situasi yang sebelumnya telah dilalui dengan metode yang berbeda. Ide tersebut muncul dari creative behavior yang dimiliki oleh karyawan yang menunjukkan bahwa creative behavior mengasah kreativitas individu dalam beradaptasi untuk selalu dapat memenuhi keinginan klien. Tacit knowledge sharing berperan dalam mengembangkan creative behavior melalui pengetahuan yang terbentuk dari pertukaran pengalaman dan sudut pandang ketika melakukan diskusi dengan anggota tim lainnya. Dengan creative behavior yang dimiliki seorang individu akan mampu menciptakan ide dan gagasan yang lebih kreatif untuk melakukan sebuah inovasi.

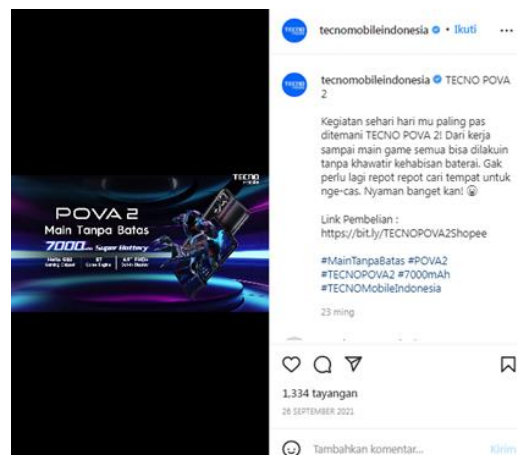
Tacit knowledge sharing juga berperan sebagai jembatan antar ide dan kreatifitas individu dalam menciptakan konsep untuk melakukan sebuah inovasi. Selain itu, pada proses riset yang dilakukan sebelum melakukan inovasi, tidak dapat dilakukan secara individu dan harus didiskusikan dengan anggota tim lainnya untuk mengetahui apakah ide atau gagasan yang diajukan dapat diimplementasikan pada proyek selanjutnya. Oleh karena itu inovasi dapat tercapai dengan adanya creative behavior yang dimiliki individu yang dikembangkan melalui dilakukannya tacit knowledge sharing. Hal ini dikuatkan oleh Ganguly et al., (2019) yang menjelaskan bahwa kunci dari inovasi terletak pada kemauan dan kapasitas individu dalam berbagi pengetahuan dan menggunakan apa yang mereka pelajari. Berbagi pengetahuan diharapkan dapat meningkatkan sumber daya pengetahuan yang dimiliki oleh organisasi dan memfasilitasi kemampuan organisasi tersebut dalam melakukan inovasi. Sehingga lebih menekankan pentingnya tacit knowledge sharing karena perusahaan dengan tacit knowledge yang lebih besar dapat diharapkan mencapai kemampuan inovasi yang lebih besar.

Dalam melakukan inovasi, Production House Kita juga mengalami beberapa hambatan seperti timeline proyek yang ketat dan konsep yang terbatas pada keinginan klien. Anggaran produksi juga merupakan salah satu hal yang membatasi Production House Kita ketika ingin melakukan inovasi.

Masuknya Covid-19 di Indonesia pada akhir Februari membawa perubahan yang cukup signifikan dalam kegiatan sehari-hari masyarakat Indonesia. Banyak kegiatan yang harus dihentikan karena adanya protokol kesehatan seperti dilarang adanya kegiatan yang menciptakan kerumunan dan himbauan menjaga jarak yang harus dipatuhi untuk mencegah penyebaran Covid-19. Proyek-proyek dan seluruh kegiatan

produksi yang dilakukan oleh Production House Kita juga harus terhenti dan menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh Production House Kita untuk mampu beradaptasi pada keadaan yang sedang terjadi.

Salah satu inovasi yang dilakukan oleh Production House Kita untuk tetap dapat melakukan proses syuting adalah proyek yang dilakukan untuk Tecno Mobile Indonesia dalam membuat video iklan untuk mempromosikan tipe handphone terbaru yang akan dijual di Indonesia yaitu POVA 2. Video iklan yang diunggah melalui salah satu media sosial Tecno Mobile Indonesia yaitu instagram @tecnomobileindonesia menerapkan teknik baru bagi Production House Kita dalam melakukan proses syuting.



Gambar 1. video iklan yang diunggah pada akun Instagram @/tecnomobileindonesia

Lokasi syuting dilakukan di studio yang terdapat dalam kantor Production House Kita sehingga untuk mematuhi protokol kesehatan yang ada, jumlah anggota tim yang terlibat terbatas dan harus berkurang dari jumlah biasanya. Konsep yang disetujui oleh klien untuk video iklan POVA 2 memiliki latar outdoor. Sebagai solusi untuk menghadapi masalah tersebut, Production House Kita melakukan proses syuting dalam ruangan dengan menggunakan layra green screen dan layer LED yang menampilkan gambar berlatar outdoor. Melalui cara ini, Production House Kita tetap dapat mencapai hasil yang diinginkan oleh klien untuk konsep yang menampilkan latar outdoor, seperti yang dapat dilihat pada gambar 2



Gambar 2. *behind the scenes* pada saat proses syuting video iklan

Proyek ini merupakan percobaan pertama Production House Kita dalam menerapkan metode baru untuk melakukan proses produksi. Metode produksi iklan POVA 2 berasal dari ide tim kreatif yang

dihasilkan melalui tacit knowledge sharing yang berperan dalam membentuk creative behavior yang dimiliki oleh anggota tim dari proyek-proyek yang telah mereka lakukan sehingga ide yang disampaikan pada rapat dengan anggota tim dapat dikembangkan menjadi sebuah konsep yang matang untuk disajikan kepada. Menurut informan, metode syuting seperti ini sangat efektif untuk dilakukan terutama di masa pandemi saat ini karena tidak memerlukan waktu syuting yang lama, mengurangi jumlah krew yang dibutuhkan dan mengurangi jumlah anggaran yang dibutuhkan.

4.4. Keterkaitan Antar Tema

Tacit knowledge sharing di Production House Kita dilakukan melalui diskusi formal dan informal. Pada diskusi informal, dilakukan pada saat jam istirahat atau makan siang karyawan, dan dapat memberikan hasil diskusi yang lebih imajinatif. Hal tersebut terjadi karena diskusi yang terjadi secara informal terjadi ketika sudah terbentuk koneksi emosional antar individu yang melakukan diskusi. Sedangkan pada diskusi formal, dilakukan hanya dengan klien dan lebih sulit untuk mencapai hasil diskusi yang lebih imajinatif karena dalam diskusi formal dilakukan dengan bahasa yang formal sehingga terkadang menjadi sulit untuk mengekspresikan beberapa ungkapan.

Beberapa hambatan ketika melakukan tacit knowledge sharing ketika pandemic Covid-19 adalah sulitnya melakukan diskusi secara tatap muka. Hal ini menjadi hambatan karena dalam menyampaikan sebuah ide tidak bisa dilakukan secara lisan saja. Sehingga diskusi dilakukan menggunakan membutuhkan media perantara seperti aplikasi meeting dan menampilkan slideshow atau idea board untuk merepresentasikan ide yang ingin disampaikannya.

Sedangkan tema kedua yaitu tacit knowledge sharing terhadap creative behavior menunjukkan bagaimana tacit knowledge sharing berperan dalam membentuk dan mengembangkan creative behavior yang dimiliki oleh karyawan Production House Kita melalui diskusi yang dianggap sebagai kesempatan bagi karyawan Production House Kita untuk dapat bertukar pengetahuan dan membentuk sudut pandang dan ide pada diri sendiri. Tidak semua individu yang bekerja dalam Production House Kita memiliki creative behavior. Creative behavior dibentuk juga dikembangkan melalui keharusan karyawan Production House Kita sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang kreatif untuk mampu beradaptasi dan menghasilkan ide-ide baru untuk memenuhi keinginan dan ekspektasi dari klien

Tacit knowledge sharing berperan penting dalam mengembangkan creative behavior pada karyawan Production House Kita. Melalui tacit knowledge sharing, individu bisa mendapatkan sudut pandang, opini dan pengetahuan yang dimiliki oleh sesama rekan kerjanya dan membentuk tacit knowledge dalam dirinya. Dalam melakukan tacit knowledge sharing, seorang individu juga bisa mendapatkan motivasi yang memicunya untuk mengembangkan creative behavior pada dirinya.

Dan tema yang terakhir yaitu tacit knowledge sharing terhadap creative behavior dalam meningkatkan inovasi memberikan gambaran mengenai bagaimana proses terjadinya inovasi di Production House Kita yang dimulai dari tacit knowledge sharing antara anggota tim untuk melakukan riset dan bertukar pendapat dan sudut pandang dari evaluasi proyek yang telah dilakukan untuk mengembangkan creative behavior

karyawan Production House Kita. Sehingga dalam melaksanakan proyek selanjutnya, karyawan Production House Kita dapat mengeluarkan ide inovasi untuk diimplementasikan. Hal ini dibuktikan melalui proyek yang dilakukan untuk Tecno Mobile Indonesia dalam membuat video iklan untuk mempromosikan handphone terbarunya yang akan dijual di Indonesia.

5. Simpulan

Tacit knowledge adalah pengetahuan yang berdasarkan pada pengalaman, sudut pandang dan sikap individu. Pengetahuan tersebut merupakan pengetahuan yang sangat berharga untuk dimiliki sebuah organisasi. Sifat tacit knowledge menjadikannya sulit untuk diungkapkan karena membutuhkan lebih dari sekedar representasi menggunakan kata-kata, namun juga menggunakan metafora, gambar, dan ekspresi. Penelitian ini memberikan gambaran bagaimana di Production House Kita, tacit knowledge sharing berperan dalam menyediakan tempat dan kesempatan bagi karyawannya untuk bertukar pengetahuan dan sudut pandang melalui diskusi yang dilakukan secara formal atau informal sehingga dapat mengembangkan creative behavior mereka untuk melakukan inovasi.

Tacit knowledge sharing di Production House Kita dilakukan karena dalam sebuah proyek perlu melakukan diskusi untuk membahas ide-ide yang akan dijadikan konsep yang akan dieksekusikan pada saat hari produksi. Dalam diskusi ini terjadi terjadi pertukaran sudut pandang, ide dan pengalaman yang menjadikan tacit knowledge sharing berperan penting dalam meningkatkan creative behavior individu. Ide-ide baru yang ada muncul karena adanya creative behavior dalam karyawan Production House Kita yang terbentuk karena sering melakukan sharing.

Sehingga pada saat ada proyek baru yang akan dimulai, pengalaman dan evaluasi yang terdapat pada proyek sebelumnya menjadi pembelajaran dan memberikan tim produksi celah untuk melakukan inovasi. Inovasi dapat dilakukan karena ide yang terdapat dalam individu dapat diungkapkan melalui tacit knowledge sharing yang dilakukan bersama dengan tim dan klien. Diskusi ini menjadi kesempatan bagi tim produksi untuk melakukan riset terkait ide yang dapat diimplementasikan sebagai inovasi pada proyek selanjutnya. Dalam melakukan inovasi, hal yang terkadang menjadi hambatan bagi Production House Kita adalah anggaran produksi yang terbatas, timeline yang cukup ketat dan terbatasnya ruang untuk eksplor karena adanya ekspektasi dan keinginan klien. Meskipun begitu, Production House Kita tetap dapat melakukan inovasi pada proyek yang lebih fleksibel.

Daftar Pustaka

- Alzghoul, A., Elrehail, H., Emeagwali, O. L., & AlShboul, M. K. (2018). Knowledge management, workplace climate, creativity and performance: The role of authentic leadership. *Journal of Workplace Learning, 30*(8), 592–612. <https://doi.org/10.1108/JWL-12-2017-0111>
- De Clercq, D., & Pereira, R. (2020). Knowledge-sharing efforts and employee creative behavior: the invigorating roles of passion for work, time sufficiency and procedural justice. *Journal of Knowledge Management, 24*(5), 1131–1155. <https://doi.org/10.1108/JKM-06-2019-0274>
- Flick, U. (2018). *Designing qualitative research* (2nd Editio). Sage.
- Ganguly, A., Talukdar, A., & Chatterjee, D. (2019). Evaluating the role of social capital, tacit knowledge

- sharing, knowledge quality and reciprocity in determining innovation capability of an organization. *Journal of Knowledge Management*, 23(6), 1105–1135. <https://doi.org/10.1108/JKM-03-2018-0190>
- Majewska, M., & Szulczyńska, U. (2014). Methods and Practices of Tacit Knowledge Sharing Within an Enterprise: an Empirical Investigation. *Oeconomia Copernicana*, 5(2), 35–48. <https://doi.org/10.12775/oec.2014.012>
- Maxwell, J. A. (2004). Qualitative Research Design : An Interactive Approach Applied Social Research Methods Series; In *Applied Social Research Methods Series*. Sage Publications, Inc. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Mohammed, N., & Kamalanabhan, T. J. (2020). Interpersonal trust and employee knowledge sharing behavior: Creative performance as the outcome. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 50(1), 94–116. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-04-2019-0057>
- Munir, R., & Beh, L. S. (2019). Measuring and enhancing organisational creative climate, knowledge sharing, and innovative work behavior in startups development. *The Bottom Line*, 32(4), 269–289. <https://doi.org/10.1108/BL-03-2019-0076>
- Nakano, D., Muniz, J., & Batista, E. D. (2013). Engaging environments: Tacit knowledge sharing on the shop floor. *Journal of Knowledge Management*, 17(2), 290–306. <https://doi.org/10.1108/13673271311315222>
- Ozbebek, A., & Toplu, E. (2011). Empowered Employees Knowledge Sharing Behavior. *The International Journal of Business and Management*, 3(2), 69–76.
- Pangil, F., & Nasurddin, A. M. (2013). Knowledge and the Importance of Knowledge Sharing in Organizations. *Business Management Research*. <http://repo.uum.edu.my/16360/%0Ahttp://repo.uum.edu.my/16360/1/15.pdf>
- Samsudin, M. A. M. (2019). The Effects of Role on Tacit Knowledge Sharing Practices. *Sains Humanika*, 11, 23–29. <https://doi.org/10.11113/sh.v11n2-2.1651>
- Terry, G., Hayfield, N., Clarke, V., & Braun, V. (2017). Thematic Analysis. *The SAGE Handbook of Qualitative Research in Psychology*, 17–36. <https://doi.org/10.4135/9781526405555.n2>
- Wang, Z., & Wang, N. (2012). *Knowledge sharing, innovation and firm performance*. 39(10), 8899–8908. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2012.02.017>
- Zhao, S., Jiang, Y., Peng, X., & Hong, J. (2020). Knowledge sharing direction and innovation performance in organizations: Do absorptive capacity and individual creativity matter? *European Journal of Innovation Management*, 24(2), 371–394. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2019-0244>

