

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia industri perfilman Indonesia mengalami peningkatan yang cukup positif pasca Pandemi Covid-19. Selama periode 2022 hingga 2024, jumlah penonton film di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan, terutama pada film produksi dalam negeri. Pada tahun 2022, film Indonesia mencatat 54 juta penonton dengan pangsa pasar sebesar 61%. Angka ini meningkat menjadi 55 juta pada 2023, meskipun persentase pangsa pasar sedikit menurun menjadi 55%. Puncaknya terjadi pada 2024, ketika film Indonesia berhasil meraih sekitar 81 juta penonton atau sekitar 64% dari total penonton bioskop nasional. Sementara itu, film asing cenderung mengalami stagnasi dengan jumlah penonton berkisar antara 35–45 juta per tahun (Goodnewsfromindonesia.id, 2025; Goodstats.id, 2024; Kemenparekraf, 2024; Media Indonesia, 2023). Data ini menunjukkan peningkatan preferensi masyarakat terhadap film Indonesia dan mengindikasikan pertumbuhan positif industri perfilman nasional pasca-pandemi.

Peningkatan industri perfilman Indonesia yang cukup signifikan tidak terlepas dari berbagai problematika yang dihadapi dan menjadi tantangan bagi pelaku industri dalam negeri maupun internasional. Banyak produser film mengalami kesulitan dalam mendapatkan dana yang cukup untuk produksi film berkualitas tinggi. Infrastruktur dan fasilitas dalam pembuatan film masih sangat terbatas (Badan Perfilman Indonesia, 2024). Biaya produksi dalam pembuatan film yang meningkat dan ketidakpastian perekonomian secara global (Sarah Arnott, 2024). Ketegangan geopolitik dan pembatasan distribusi film antara Amerika Serikat, China, dan negara lainnya di dunia internasional. Kekurangan tenaga kerja terampil pada negara industri film seperti Inggris dan Amerika Serikat yang diperkirakan mencapai 40.000 orang pada tahun 2025 (The Guardian, 2025). Khusus di industri perfilman Indonesia mengalami kekurangan sumber daya manusia terutama yang bekerja di belakang layar, sehingga membutuhkan lulusan yang terlibat langsung dalam industri ini (Antara News, 2024). Ditambah lagi banyak pekerja di industri film terutama di sektor teknis, tidak memiliki akses ke

pelatihan formal atau jalur karier yang jelas. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam pengembangan profesional dan meningkatkan risiko turnover (Ma et al., 2024). Kurikulum pendidikan atau pelatihan perfilman yang ada, masih belum terstandar secara nasional yang menyebabkan lulusan tidak memiliki keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan industri. Kesenjangan ini menjadi tantangan dalam menciptakan tenaga kerja yang siap pakai di industri perfilman (Rony et al., 2021).

Berbagai problematika yang menjadi tantangan dalam industri perfilman pada beberapa aspek seperti pendanaan, infrastruktur, keterbatasan sumber daya manusia terampil, hingga kesenjangan antara kebutuhan industri dan lulusan pendidikan, menunjukkan bahwa keberlangsungan dan daya saing sektor ini sangat dipengaruhi oleh kapasitas adaptasi dan inovasi yang dimiliki oleh para pelaku industri. Kondisi tersebut tidak hanya menjadi perhatian global, namun juga berdampak nyata dalam konteks nasional, termasuk pada perusahaan-perusahaan yang bergerak di industri perfilman. Salah satunya adalah Cinema XXI sebagai perusahaan karya bangsa Indonesia yang telah menunjukkan performa pertumbuhan yang signifikan melalui berbagai langkah strategis, termasuk pencatatan saham di Bursa Efek Indonesia dengan nama PT Nusantara Sejahtera Raya pada awal bulan Juli 2023 (Koran Tempo.Co, 2023). Dari tahun 1987 hingga periode awal Desember 2024, jaringan Cinema XXI berhasil mengoperasikan sebanyak 1.347 layar yang tersebar di 255 lokasi bioskop pada 63 kota/kabupaten di berbagai wilayah Indonesia (cinema21.co.id, 2024). Perkembangan signifikan ini tidak dapat dipisahkan dari peran vital sumber daya manusia yang kompeten dalam mengelola dinamika perubahan serta mendukung inovasi berkelanjutan. Oleh karena itu, dalam menjawab tantangan yang kompleks di industri perfilman, peran sumber daya manusia sebagai penggerak utama transformasi organisasi menjadi aspek yang sangat penting untuk ditelaah secara mendalam, khususnya dalam konteks pengembangan perilaku kerja inovatif di Cinema XXI.

Perkembangan Cinema XXI sebagai genuinitas karya bangsa Indonesia yang cukup signifikan diiringi juga dengan kompetitor lainnya. Beberapa kompetitor seperti CGV Cinema dengan nama PT Graha Layar Prima Tbk (BLTZ) pada bulan Maret 2024 memiliki 422 layar yang tersebar di 64 lokasi kota/kabupaten di Indonesia (Beritasatu.com, 2024). Kemudian Cinepolis pada

bulan April 2024 memiliki 60 bioskop yang tersebar di seluruh Indonesia (Narasi TV, 2024). Belum lagi dengan kehadiran kompetitor pada dunia perfilman digital seperti Netflix yang mengalami peningkatan secara luar biasa selama 10 tahun terakhir dari 2013-2023 (Good Stats.Id, 2023). Bahkan di Kuartal I 2024, jumlah penonton nya di seluruh dunia mencapai 269,60 juta (Databoks, 2024). Kemudian disusul dengan Disney+ Hotstar pada Kuartal III tahun 2024 dengan jumlah penonton mencapai 153,8 juta (Statista, 2024). Beberapa kompetitor ini cukup bersaing dengan Cinema XXI dalam mewadahi perfilman di Indonesia.

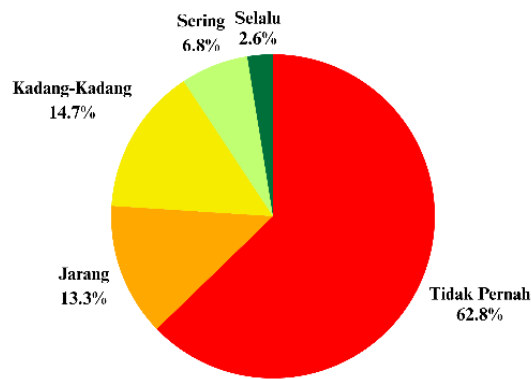
Dalam memenangkan persaingan bisnis dengan kompetitor lainnya, Cinema XXI perlu memiliki keunggulan yang kompetitif. Menurut Barney (2014) mengajukan konsep teori *Resource-Based View* (RBV) yang memandang bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan dapat diraih apabila organisasi memiliki sumber daya dan kemampuan internal yang khas, memiliki nilai, bersifat langka, tidak mudah diimitasi, serta ditunjang oleh struktur organisasi yang kuat. Jika suatu organisasi berhasil memenuhi kriteria *VRIO* — *Value* (bernilai), *Rarity* (langka), *Imitability* (sulit ditiru), dan *Organization* (didukung oleh organisasi) maka sumber daya tersebut dapat memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi perusahaan.

Inovasi dipandang sebagai proses perubahan ekonomi yang dihasilkan oleh *entrepreneur* melalui penciptaan ide-ide baru (Schumpeter, 1911). Gagasan-gagasan inovatif tersebut diimplementasikan secara efektif dalam konteks organisasi guna meningkatkan kualitas proses, produk, maupun layanan yang diberikan (Colquitt et al., 2019). Selain penciptaan dan penerapan ide-ide baru, inovasi juga dapat dilakukan dengan penerapan ide-ide yang sudah ada namun dilakukan dengan cara yang baru (Robbins & Judge, 2019). Aktivitas inovasi dilaksanakan oleh *entrepreneur* atau sumber daya manusia perusahaan dalam rangka menghasilkan dan mengaplikasikan ide-ide baru atau mengembangkan ide yang telah ada dengan pendekatan yang berbeda. Sumber daya manusia berkualitas tinggi memiliki inisiatif serta kreativitas yang kuat untuk menciptakan inovasi dalam mengatasi tugas, permasalahan, dan tantangan organisasi. Dengan kata lain, perilaku kerja inovatif merupakan modal yang fundamental bagi perusahaan untuk melakukan

inovasi secara terus-menerus agar dapat unggul dari kompetitor lainnya dan selalu menjadi yang terbaik.

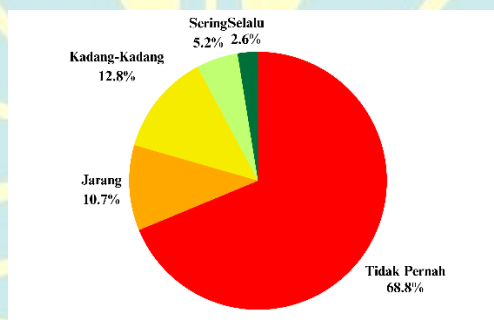
Innovative work behavior dibutuhkan oleh perusahaan Cinema XXI untuk meningkatkan produktivitas perusahaan, daya saing, pengembangan industri perfilman, adaptasi terhadap perubahan, dan meningkatkan *brand image* perusahaan. Hal ini sesuai dengan visi Cinema XXI, yaitu: “*To be the best cinema chain in the world, and the pride of Indonesia.*” Kemudian Misi Cinema XXI yang terdiri dari “*uncompromised quality, affordable entertainment, forever better*” (Cinema XXI, 2024). *Innovative work behavior* juga dapat memberikan *customer experience* yang paling berkesan dan berharga yang dilakukan oleh karyawan Cinema XXI pada saat customer menonton film di bioskop, mulai dari pintu masuk sampai keluar dari bioskop. Hal ini yang menjadi diferensiasi keunggulan Cinema XXI dengan industri perfilman digital maupun bioskop lainnya dengan menghadirkan pelayanan yang terbaik. Keunggulan tersebut terbukti melalui penghargaan dari Deloitte yang diterima Cinema XXI selama dua tahun berturut-turut sebagai *Indonesia's Best Managed Companies 2024* atas pemberian layanan menonton film berkualitas tinggi bagi masyarakat di Indonesia (cinema21, 2024). *Innovative work behavior* memiliki keterkaitan erat dengan kualitas layanan, sebagaimana ditunjukkan dalam studi-studi terdahulu yang membuktikan bahwa *innovative work behavior* memberikan pengaruh positif dan signifikan pada kualitas pelayanan (Chang et al., 2021; Hutomo & Pramono, 2023).

Berbagai upaya telah dilakukan pihak manajemen Cinema XXI untuk selalu meningkatkan *innovative work behavior*; salah satunya melalui kegiatan *Innovation Day*. Karyawan yang memiliki inovasi dalam mengembangkan produk, layanan, dan sistem teknologi dapat mengikuti kegiatan *Innovation Day*. Bagi pemenang *Innovation Day* sesuai dengan kategori akan mendapatkan hadiah dan penghargaan dari pihak manajemen Cinema XXI, bahkan produknya akan digunakan untuk pengembangan produk, layanan, dan sistem teknologi Cinema XXI. Namun, kegiatan *Innovation Day* masih belum dioptimalkan dengan baik yang dapat dilihat dari hasil kuisioner yang disebar kepada karyawan Cinema XXI.



Gambar 1. Hasil Survei Karyawan yang Mengikuti Kegiatan Innovation Days

Berdasarkan survei yang dilakukan, terdapat 784 karyawan yang mengisi kuisioner. Hasil kuisionernya menunjukkan bahwa sebanyak 62,8% karyawan tidak pernah mengikuti Innovation Days, 13,3% jarang, 14,7% kadang-kadang, 6,8% sering, dan 2,6% selalu. Data ini menunjukkan bahwa minimnya partisipasi karyawan Cinema XXI secara aktif dalam mengikuti kegiatan *Innovation Days* yang diselenggarakan oleh pihak manajemen Cinema XXI sebagai wadah inovasi bagi seluruh karyawan.



Gambar 2. Hasil Survei Karyawan yang Ide, Gagasan, dan Inovasinya Diimplementasikan

Kemudian terkait terkait dengan implementasi ide, gagasan, dan inovasi yang dilakukan. Sebanyak 68,8% karyawan tidak pernah, 10,7% jarang, 12,8% kadang-kadang, 5,2% sering, dan 2,6% selalu (Olah Data Internal, 2024). Data ini menunjukkan bahwa minimnya keterlibatan karyawan dalam berkontribusi secara aktif untuk mengimplementasikan ide, gagasan, dan inovasi yang dibuatnya di Cinema XXI. Oleh karena itu, perlu adanya pembentukan dan peningkatan *innovative work behavior* karyawan Cinema XXI.

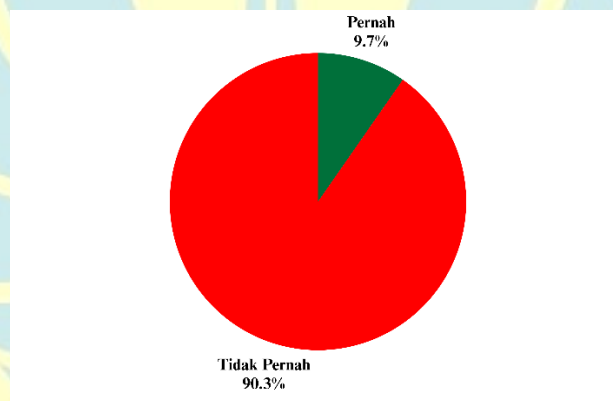
Karyawan Cinema XXI dapat dibentuk dan ditingkatkan *innovative work behavior* dengan beberapa faktor, seperti *transformational leadership*, *proactive*

personality, dan *knowledge sharing* (Colquitt et al., 2019). *Transformasional leadership* menjadi salah satu faktor yang relevan dengan perilaku inovatif (Robbins & Judge, 2019). Penelitian terdahulu juga mengungkapkan bahwa *transformational leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *innovative work behavior* (Alheet et al., 2021; Lin et al., 2023; Saif et al., 2024). *Transformational leadership* dapat membawa perubahan yang signifikan pada anggota dan organisasi. Pemimpin yang transformasional menekankan pada perubahan nilai, keyakinan, dan sikap anggota agar selaras dengan visi dan tujuan organisasi, serta mendorong kinerja dan keterlibatan yang lebih tinggi (Yukl & Gardner, 2020). *Transformational leadership* sejalan dengan Cinema XXI yang ingin melakukan transformasi di Era Society 5.0, salah satunya terkait dengan kepemimpinan. Namun, hasil temuan saat observasi pada awal bulan Desember 2024, aspirasi dari berbagai anggota di outlet untuk mengubah kebijakan yang mempengaruhi ketidakcapaian target perusahaan masih belum ada solusi yang nyata berupa kebijakan baru dari atasan yang berwenang. Oleh karena itu, perlu adanya *transformational leadership* yang dapat membawa perubahan signifikan bagi individu maupun perusahaan.

Faktor berikutnya yang dapat membentuk dan meningkatkan *innovative work behavior* yaitu *proactive personality*. Faktor ini memiliki hubungan yang relevan terhadap perilaku kerja inovatif karena individu yang memiliki kepribadian proaktif terlibat dalam pengambilan risiko dan inventif sehingga menghasilkan inovasi (Bai et al., 2022). Temuan ini juga diperkuat oleh sejumlah riset yang menunjukkan bahwa *proactive personality* memberikan pengaruh positif dan signifikan pada *innovative work behavior* (Baidun et al., 2024; Li et al., 2022; Mustofa et al., 2020). Individu yang memiliki *proactive personality* berupaya untuk mengubah organisasi melalui inisiatif dan tindakan (Bateman & Crant, 1993). Namun, hasil observasi langsung dari *sharing knowledge* pada program Kamis Kreatif yang dilakukan pada awal bulan Desember 2024, tidak sampai 1% peserta yang memberikan pertanyaan dan pendapat yang inovatif maupun solutif. Data ini menunjukkan bahwa minimnya *proactive personality* yang dimiliki karyawan Cinema XXI. Oleh karena itu, perlu adanya pembentukan *proactive personality*

untuk menyelesaikan berbagai persoalan yang terjadi, menghadapi tantangan zaman, dan memproyeksikan kebutuhan industri perfilman kedepannya.

Knowledge Sharing menjadi faktor selanjutnya yang dapat membentuk dan meningkatkan *innovative work behavior* karyawan Cinema XXI. *Knowledge sharing* relevan dengan *innovative work behavior* karena dapat mendorong inovasi melalui pengetahuan eksplisit dan tacit yang diciptakan dan dibagikan di dalam organisasi (Nonaka, 1994). Beberapa penelitian sebelumnya telah mengungkapkan bahwa *knowledge sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *innovative work behavior* (Almulhim, 2020; Islam et al., 2022; Saif et al., 2024). Dengan adanya *knowledge sharing* dapat terjadi pertukaran pengetahuan antar individu untuk menciptakan pemahaman yang baru melalui interaksi dan kolaborasi antara satu dengan lainnya (Nonaka & Takeuchi, 1995). Namun, masih sedikit karyawan yang dapat melakukan *knowledge sharing* kepada lainnya. Hal ini dapat dilihat dari kuisioner yang disebar kepada karyawan Cinema XXI.



Gambar 3. Hasil Survei Karyawan yang Melakukan *Knowledge Sharing*

Berdasarkan hasil observasi secara langsung kepada Learning and Development Cinema XXI pada awal bulan Desember 2024, hanya 9,7% saja yang melakukan *knowledge sharing* sebagai trainer pada pelatihan dan pengembangan karyawan. Data ini menunjukkan minimnya kontribusi karyawan dalam melakukan *knowledge sharing* dengan membagikan pengetahuan eksplisit dan tacit kepada lainnya. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan *knowledge sharing* karyawan Cinema XXI agar dapat berbagi informasi dan berkolaborasi dalam mengembangkan ide dan gagasan yang inovatif.

Beberapa faktor tersebut seperti *transformational leadership*, *proactive personality*, dan *knowledge sharing* yang dapat membentuk dan meningkatkan

menggunakan aplikasi *VOSviewer*.

Gambar 4. *VOSviewer* Hasil *Data Based Scopus* dengan *Keyword Innovative work behavior*

Berbagai hasil pencarian dari berbagai penelitian pada *data based Scopus* dengan *keyword innovative work behavior* terdapat 1144 dokumen. Kemudian dokumen tersebut divisualisasikan dengan aplikasi *VOSviewer* terdapat 7 *cluster*. *Innovative work behavior* sebagai variabel endogen masuk ke dalam *cluster* 1 yang menjadi *keyword* penelitian dengan jumlah terbanyak. *Transformational leadership* dan *proactive personality* sebagai variabel eksogen masuk ke dalam *cluster* 5. *Knowledge sharing* sebagai variabel *intervening* masuk ke dalam *cluster* 3. *Transformational leadership* dan *knowledge sharing* menjadi *keyword* penelitian dengan jumlah cukup banyak. Namun, *proactive personality* menjadi *keyword* penelitian dengan jumlah yang masih sedikit. Visualisasi dengan aplikasi *VOSviewer* ini menunjukkan bahwa *transformational leadership*, *proactive*

personality, dan *knowledge sharing* memiliki relevansi dan pengaruh terhadap *innovative work behavior*. Serta variabel *proactive personality* menjadi *keyword* penelitian dengan jumlah yang masih sedikit dapat menjadi kontribusi penelitian selanjutnya, khususnya dibidang industri perfilman.

Berdasarkan hal tersebut, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang berjudul “*Pengaruh Transformational Leadership dan Proactive Personality terhadap Innovative work behavior yang Dimediasi oleh Knowledge Sharing pada Bioskop Cinema XXI di Indonesia.*” Penelitian ini memiliki tujuan untuk berkontribusi dalam menghadirkan solusi yang efektif untuk mencapai kinerja yang lebih baik terhadap sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan Cinema XXI dengan meningkatkan *innovative work behavior* yang dipengaruhi oleh *transformational leadership* dan *proactive personality*, serta dimediasi oleh *knowledge sharing*.

1.2 Pembatasan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, pembahasan masalah yang ada masih sangat luas areanya. Jika harus diteliti secara keseluruhan memerlukan waktu yang lama, biaya yang besar, dan tenaga yang banyak. Terlebih lagi dengan operasional perusahaan yang menjadi tempat peneliti sangat terbatas waktunya. Maka pembatasan masalah pada penelitian ini hanya berfokus pada variabel yang memiliki urgensi saja terhadap perusahaan agar lebih efektif, efisien, dan bermanfaat secara segmentasi.

Pada penelitian ini hanya dibatasi pada masalah-masalah yang diduga memiliki relevansi terhadap *innovative work behavior* di perusahaan Cinema XXI, seperti *transformational leadership*, *proactive personality*, dan *knowledge sharing*. Oleh karenanya, variabel endogen penelitian ini adalah *innovative work behavior*, sedangkan variabel eksogennya adalah *transformational leadership* dan *proactive personality*, serta variabel mediasinya adalah *knowledge sharing*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan yang diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *transformational leadership* terhadap *innovative work behavior*?
2. Apakah terdapat pengaruh *proactive personality* terhadap *innovative work behavior*?

3. Apakah terdapat pengaruh *knowledge sharing* terhadap *innovative work behavior*?
4. Apakah terdapat pengaruh *transformational leadership* terhadap *knowledge sharing*?
5. Apakah terdapat pengaruh *proactive personality* terhadap *knowledge sharing*?
6. Apakah *knowledge sharing* mampu memediasi antara *transformational leadership* terhadap *innovative work behavior*?
7. Apakah *knowledge sharing* mampu memediasi antara *proactive personality* terhadap *innovative work behavior*?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan secara umum, penelitian ini dapat mengkaji, menganalisis, mengembangkan, dan menemukan pengaruh antar variabel *transformational leadership*, *proactive personality*, *knowledge sharing*, dan *innovative work behavior* yang mendukung pembangunan berkelanjutan dalam dunia kerja dan industri hiburan bioskop Cinema XXI sesuai dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs) pada poin delapan yaitu *Decent Work and Economic Growth* dengan peningkatan produktivitas ekonomi, dan poin sembilan yaitu *Industry, Innovation, and Infrastructure* dengan meningkatkan penelitian ilmiah melalui inovasi, serta poin 17 yaitu *Partnerships for the Goals* dengan meningkatkan akses ilmu pengetahuan dan inovasi melalui *knowledge sharing*.

Tujuan secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, menganalisis, mengembangkan, dan menemukan pengaruh antar variabel melalui:

1. Pengaruh *transformational leadership* terhadap *innovative work behavior*.
2. Pengaruh *proactive personality* terhadap *innovative work behavior*.
3. Pengaruh *knowledge sharing* terhadap *innovative work behavior*.
4. Pengaruh *transformational leadership* terhadap *knowledge sharing*.
5. Pengaruh *proactive personality* terhadap *knowledge sharing*.
6. *Knowledge sharing* memediasi *transformational leadership* terhadap *innovative work behavior*.

7. *Knowledge sharing* memediasi *proactive personality* terhadap *innovative work behavior*.

Riset ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baik dari sisi teoretis maupun praktis yang diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat teoretis, riset ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah dalam bidang manajemen sumber daya manusia, khususnya berkaitan dengan pengembangan teori *transformational leadership*, *proactive personality*, *knowledge sharing*, dan *innovative work behavior*.
2. Manfaat praktis, riset ini diharapkan dapat menyajikan rekomendasi strategis bagi Cinema XXI dan organisasi sejenis dalam upaya mencapai performa yang lebih optimal melalui peningkatan *innovative work behavior* yang dipengaruhi oleh *transformational leadership* dan *proactive personality*, dengan mediasi *knowledge sharing*.

1.5 State Of The Art

Setelah melakukan kajian teori pada variabel *transformational leadership*, *proactive personality*, *knowledge sharing*, dan *innovative work behavior*. *Personality* yang dibahas oleh Colquitt et al. (2019) hanya seputar pada *Big Five Personality Traits* yang terdiri dari *conscientiousness*, *agreeableness*, *neuroticism*, *openness to experience*, dan *extraversion*. Penelitian ini membahas *personality* lebih spesifik lagi dengan menambahkan *proactive personality* berdasarkan teori dari Bateman & Crant (1993) yang menjelaskan bahwa *proactive Personality* sebagai individu yang memiliki kecenderungan untuk mengenali dan bertindak atas peluang, serta mempengaruhi lingkungannya untuk kepentingan diri sendiri maupun organisasi. Individu yang memiliki *proactive personality* berupaya untuk mengubah lingkungan mereka melalui inisiatif dan tindakan. Penggunaan variabel *proactive personality* sebagai kontribusi dalam penelitian ini.

Kemudian, penelitian sebelumnya yang telah dikaji oleh para peneliti terdahulu yang didapatkan dari *data based Scopus* lalu divisualisasikan menggunakan aplikasi *VOSviewer*. Terdapat 1144 dokumen dari *Data Based Scopus* yang menggunakan *keyword innovative work behavior*. Diantara *keyword* lainnya termasuk *transformational leadership* dan *proactive personality*. Variabel

proactive personality menjadi *keyword* penelitian dengan jumlah yang masih sedikit sehingga penggunaan variabel *proactive personality* dapat menjadi kontribusi penelitian selanjutnya. Lalu penempatan variabel *knowledge sharing* sebagai variabel mediasi antara *proactive personality* terhadap *innovative work behavior* masih sangat sedikit. Penempatan variabel ini juga dapat menjadi kontribusi penelitian.

Terkait fokus bidang pada penelitian sebelumnya mengenai variabel *transformational leadership*, *proactive personality*, *knowledge sharing*, dan *innovative work behavior*. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas bidang organisasi layanan publik, pendidikan, kesehatan, industri teknologi, logistik, pajak, pertanian, kelautan, industri perhotelan, digital, market place, dan perbankan. Hanya beberapa saja yang membahas industri perfilman secara general di negara lain. Penelitian yang dilakukan ini dapat menambah penelitian selanjutnya di industri perfilman Indonesia khususnya Cinema XXI sebagai bioskop dengan genuinitas karya bangsa Indonesia. Keberadaan riset ini diharapkan mampu memperluas fokus bidang kajian sebagai acuan dalam pengembangan keilmuan manajemen sumber daya manusia, secara khusus terkait dengan pengembangan teori *transformational leadership*, *proactive personality*, *knowledge sharing*, dan *innovative work behavior*.

State of the arti yang terakhir berdasarkan hasil pendistribusian kuisioner secara online kepada karyawan *frontliners* di seluruh *outlet* Cinema XXI. Hasil pengisian dari 784 responden dapat diduga terdapat masalah terkait *innovative work behavior* karyawan Cinema XXI. Kontribusi penelitian ini dapat memberikan solusi yang tepat dalam membentuk dan meningkatkan perilaku kerja inovatif karyawan Cinema XXI melalui beberapa faktor yang diduga berpengaruh seperti *transformational leadership*, *proactive personality*, dan *knowledge sharing*. Dengan adanya perilaku kerja inovatif karyawan Cinema XXI yang baik diharapkan dapat melakukan inovasi secara terus-menerus untuk menjadi perusahaan yang unggul dan kompetitif dari pesaing lainnya di industri perfilman.