

INTISARI

Penelitian ini dilakukan pada level individual dan menggunakan teori identitas sosial untuk memprediksi kreativitas individual. Hipotesis utama yang menjadi fokus penelitian ini adalah individu yang mengidentifikasi dirinya pada organisasi akan memiliki kreativitas yang tinggi, pengaruh ini dimediasi oleh pencurahan proses kreatif. Hipotesis lainnya yang diajukan adalah pengaruh pemoderasian efikasi diri kreatif yang dimiliki individu dan dukungan kreativitas yang diterima oleh individu dapat memoderasi secara positif pengaruh identifikasi organisasional terhadap pencurahan proses kreatif. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang dikumpulkan dengan survei kuesioner secara langsung dan *online* sebanyak 203 responden dengan berbagai jenis latar belakang. Hasil analisis menunjukkan bahwa, hipotesis pemediasian didukung, yakni pencurahan proses kreatif memediasi secara parsial pengaruh identifikasi organisasional pada kreativitas individual. Namun, hipotesis pemoderasian tidak didukung, yakni dukungan kreativitas justru memberikan pengaruh pemoderasian yang negatif nonsignifikan dan efikasi diri kreatif memberikan efek pemoderasian negatif dan signifikan.

Kata Kunci: identifikasi organisasional, kreativitas individual, teori identitas sosial, pencurahan proses kreatif, internalisasi

ABSTRACT

This research is conducted at the level of individual and using social identity theory to predict individual creativity. The main hypothesis that the focus of this study is individual who identify themselves in the organization will have high creativity, this effect is mediated by creative process engagement. Another hypothesis proposed are the moderating effect of creative self-efficacy owned and creativity support received by individuals can positively influence the effect of organizational identification on creative process engagement. The data used in this research is the data collected through self-administered questionnaire survey and online questionnaire survey. The analysis showed that, hypothesis of mediating effect is supported, the creative process engagement partially mediates the effect of organizational identification on individual creativity. However, hypothesis of moderation effect are not supported, which are creativity support provides non-significant negative moderation effect while creative self-efficacy provides significant negative moderation effect.

Keywords: *organizational identification, individual creativity, social identity theory, creative process engagement, internalization*