

HUBUNGAN ANTARA *GRIT* DENGAN *WORK ENGAGEMENT* PADA KARYAWAN GENERASI Z DI PT VIDIO DOT COM

Putri Ayu Adista¹, Harlina Nurtjahjanti¹
15000122140299

¹Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275
Email: putriaadista@gmail.com

ABSTRAK

Generasi Z (individu kelahiran tahun 1995-2010) merupakan kelompok generasi yang semakin mendominasi dunia kerja. Seiring dengan meningkatnya proporsi Generasi Z dalam dunia kerja, keterikatan mereka terhadap pekerjaan (*work engagement*) menjadi isu yang penting untuk diperhatikan oleh organisasi, karena Generasi Z merupakan salah satu kelompok generasi dengan tingkat *work engagement* yang rendah. Terlebih lagi, di Indonesia hanya terdapat 17% pekerja yang terikat (*fully engaged*) dengan pekerjaannya. Salah satu faktor yang diduga berperan dalam meningkatkan *work engagement* adalah *grit*, yaitu ketekunan dan gairah dalam mencapai tujuan jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *grit* dengan *work engagement* pada karyawan Generasi Z di PT Vidio Dot Com. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan teknik *convenience sampling*. Subjek penelitian berjumlah 106 karyawan Generasi Z di PT Vidio Dot Com. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Skala *Grit* (10 aitem; $\alpha = 0,879$) dan Skala *Work Engagement* (18 aitem; $\alpha = 0,856$). Hipotesis diuji dengan teknik analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *grit* dengan *work engagement* pada karyawan Generasi Z di PT Vidio Dot Com ($\beta = 1,073$; $r = 0,542$; $p < 0,001$). Artinya, semakin tinggi tingkat *grit* yang dimiliki karyawan Generasi Z, semakin tinggi pula *work engagement* yang ditunjukkan, dan sebaliknya. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa *grit* memberikan kontribusi sebesar 35% terhadap *work engagement*, sedangkan 65% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, hasil kategorisasi menunjukkan bahwa mayoritas subjek memiliki tingkat *grit* dan *work engagement* yang berada pada kategori tinggi.

Kata kunci: *Grit*; *Work Engagement*; karyawan Generasi Z

THE RELATIONSHIP BETWEEN GRIT AND WORK ENGAGEMENT AMONG GENERATION Z EMPLOYEES AT PT VIDIO DOT COM

Putri Ayu Adista¹, Harlina Nurtjahjanti¹
15000122140299

¹Faculty of Psychology, Diponegoro University
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275
Email: putriaadista@gmail.com

ABSTRACT

Generation Z (individuals born between 1995 and 2010) is an increasingly dominant generational group in the workforce. As the proportion of Generation Z in the workforce continues to grow, their work engagement has become an important issue for organizations to address, as Generation Z is one of the generational groups with relatively low levels of work engagement. Moreover, in Indonesia, only 17% of employees are fully engaged with their work. One factor that is presumed to play a role in enhancing work engagement is grit, defined as perseverance and passion for achieving long-term goals. This study aimed to examine the relationship between grit and work engagement among Generation Z employees at PT Vidio Dot Com. This study employed a quantitative correlational method with a convenience sampling technique. The participants were 106 Generation Z employees at PT Vidio Dot Com. Data were collected using the Grit Scale (10 items; $\alpha = 0.879$) and the Work Engagement Scale (18 items; $\alpha = 0.856$). The hypothesis was tested using simple linear regression analysis. The results showed a positive and significant relationship between grit and work engagement among Generation Z employees at PT Vidio Dot Com ($\beta = 1.073$; $r = 0.542$; $p < 0.001$). This indicates that the higher the level of grit among Generation Z employees, the higher their work engagement, and vice versa. The coefficient of determination showed that grit contributed 35% to work engagement, while the remaining 65% was attributable to other factors not examined in this study. Furthermore, the categorization results showed that the majority of participants had high levels of grit and work engagement.

Keywords: Grit; Work Engagement; Gen Z employee

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, jumlah penduduk di Indonesia kian bertumbuh pesat. Pada tahun 2024, total penduduk di Indonesia mencapai 281,6 juta jiwa (IDN Research Institute, 2024). Berdasarkan jumlah tersebut, diketahui bahwa Generasi Z menjadi kelompok generasi terbesar di Indonesia, dengan jumlah sebanyak 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari total penduduk secara keseluruhan (IDN Research Institute, 2024). IDN Research Institute (2024) melaporkan bahwa pada tahun 2024, hampir setengah dari 74,93 juta penduduk Generasi Z di Indonesia berada dalam usia produktif, sedangkan sebagian lainnya diperkirakan dapat terlibat dalam dunia kerja di tahun mendatang. Krishna dan Agrawal (2024) juga menyebutkan bahwa tidak hanya generasi milenial, Generasi Z juga turut mendominasi dunia kerja secara global. Rentang tahun kelahiran Generasi Z dapat bervariasi tergantung pada tokoh yang dirujuk. Benítez-Márquez dkk. (2022) menyatakan bahwa individu yang lahir mulai pertengahan tahun 1990 hingga awal tahun 2010 termasuk ke dalam kategori Generasi Z. Di sisi lain, Seemiller dan Grace (2019), berpendapat bahwa Generasi Z lahir dari tahun 1995 hingga 2010.

Berdasarkan laporan Harvard Business Impact (Hall, 2025), mayoritas individu dari Generasi Z merupakan *early-career professionals*. Menurut Dhanpat

dkk. (2025), *early-career professionals* merupakan individu dengan pengalaman kerja selama satu hingga tiga tahun. Pada tahap ini, individu telah melewati fase sebagai karyawan baru (*new entrant*), tetapi masih berada pada tahap awal perkembangan karier (*early career*). Menurut Stumpf (2014), tahap *early career* merupakan fase eksplorasi dan pemantapan karier, di mana individu mulai mengeksplorasi berbagai peluang, membangun identitas profesional, serta meletakkan dasar bagi keberhasilan karier di masa depan. Namun, pada tahap ini individu dihadapkan oleh berbagai tuntutan perkembangan karier, mulai dari menemukan pekerjaan yang bermakna hingga menyesuaikan diri dengan proses transisi dari dunia akademik ke dunia kerja. Transisi tersebut mengharuskan individu beradaptasi dengan budaya organisasi sekaligus menyelaraskan aspirasi pribadi dengan ekspektasi profesional (Dhanpat dkk., 2025; Faisaluddin dkk., 2024).

Di sisi lain, sebagai generasi yang baru memasuki dunia kerja, Generasi Z memiliki perspektif yang berbeda terhadap pembelajaran dan pekerjaan dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya (Fridayani dkk., 2022; Krishna & Agrawal, 2024). Menurut Surugiu dkk. (2025), Generasi Z lebih memilih untuk bekerja secara mandiri, karena dinilai lebih efisien dan memungkinkan mereka untuk menunjukkan kompetensi yang dimiliki. Terlebih lagi, Waworuntu dkk. (2022) menyebutkan bahwa karyawan yang berasal dari Generasi Z menghargai adanya *sense of purpose* dalam pekerjaan mereka. Hal ini tercermin pada keinginan mereka untuk melakukan pekerjaan yang bermakna dan selaras dengan tujuan yang dimiliki (Waworuntu dkk., 2022).

ADP Research (2025) melaporkan bahwa hanya terdapat 17% pekerja di Indonesia yang terikat (*fully engaged*) dengan pekerjaannya. Persentase ini menunjukkan bahwa jumlah karyawan yang *engaged* di Indonesia berada di bawah rata-rata global (19%) dan lebih rendah dibandingkan beberapa negara Asia lainnya, seperti India (19%) dan Filipina (24%). Tidak hanya itu, Trisandri & Iskandar (2024), menjelaskan bahwa Generasi Z menunjukkan adanya keterikatan yang rendah terhadap pekerjaannya, ditandai oleh menurunnya motivasi, komitmen, serta meningkatnya keinginan untuk berpindah pekerjaan. Karyawan Generasi Z juga kerap dipersepsikan sebagai pribadi yang kurang rajin dan kurang berminat terhadap tugas-tugas atau pekerjaan yang menuntut usaha, baik secara mental maupun fisik (Nieżurawska, 2023). Penelitian Saraiva dan Nogueiro (2025) menjelaskan bahwa *disengagement* pada pekerja generasi muda, termasuk Generasi Z menjadi isu yang perlu diperhatikan organisasi, karena mencerminkan rendahnya keterikatan individu terhadap pekerjaannya. Hal ini ditunjukkan oleh banyaknya pekerja Generasi Z yang cenderung hanya memenuhi tuntutan dasar pekerjaannya. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh faktor organisasional, budaya, dan struktural, yang turut berdampak pada motivasi dan komitmen pada pekerjaan.

Peningkatan dalam akses internet di Indonesia telah mendorong pertumbuhan berbagai perusahaan media berbasis layanan *streaming* (Kumar, 2024), salah satunya adalah PT Vidio Dot Com (Vidio). Vidio merupakan salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia yang bergerak dalam sektor *Over-the-Top* (OTT). *Over-the-Top* (OTT) adalah layanan yang menyediakan distribusi konten media melalui internet, tanpa bergantung pada saluran media konvensional,

seperti televisi kabel, televisi siaran, maupun bioskop (Chen dkk., dalam Khanna dkk., 2024). Layanan OTT berfokus pada penyediaan konten hiburan berbasis *streaming*, seperti serial web, film, *reality show*, dan serial televisi (Khanna dkk., 2024). Sebagai perusahaan yang berada dalam ekosistem media, Vidio memiliki nilai-nilai perusahaan yang diterapkan sebagai prinsip panduan karyawan dalam bekerja, yaitu *Continuous Improvement*, *Open and Collaborative Environment*, *Embrace Challenges*, *Passionate for Excellence*, dan *Work-Life Harmony*. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa lingkungan kerja di Vidio menuntut kemampuan belajar secara berkelanjutan, keterbukaan terhadap kolaborasi, serta kesiapan menghadapi tantangan sebagai bagian dari budaya kerja. Kondisi tersebut selaras dengan karakteristik Generasi Z sebagai *digital natives* yang terbiasa menggunakan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari maupun pekerjaan, serta memiliki preferensi terhadap lingkungan kerja yang dinamis dan memberikan kesempatan untuk terus belajar (Schroth, 2019; Krishna & Agrawal, 2024).

Berdasarkan data perusahaan, PT Vidio Dot Com memiliki sebanyak 249 karyawan Generasi Z. Untuk mendapatkan gambaran mengenai kondisi kerjanya, peneliti melakukan penggalan data melalui wawancara terhadap beberapa karyawan Generasi Z di PT Vidio Dot Com. Temuan wawancara menunjukkan bahwa karyawan Generasi Z di PT Vidio Dot Com menghadapi tuntutan kerja yang relatif serupa, meskipun bentuknya berbeda sesuai dengan karakteristik pekerjaan masing-masing, seperti tingkat kompleksitas pekerjaan yang tinggi, banyaknya proyek yang harus diselesaikan secara bersamaan, tuntutan untuk menetapkan prioritas kerja, serta koordinasi lintas fungsi. Sejalan dengan kondisi tersebut

Rasmussen, 2024; Nursinthia dkk., 2025 menyatakan bahwa industri media tidak hanya menuntut kemampuan pekerja dalam menghasilkan konten, namun juga kemampuan untuk beradaptasi terhadap lingkungan kerja yang dinamis, pengambilan keputusan berbasis data, perubahan preferensi audiens, kemampuan untuk berkoordinasi, serta menentukan prioritas pekerjaan agar target organisasi tetap tercapai. Meskipun dihadapi oleh tuntutan tersebut, karyawan Generasi Z di PT Vidio Dot Com mampu menunjukkan karakteristik *work engagement* yang baik. Hal ini terlihat dari upaya karyawan dalam mempertahankan motivasi atau semangat kerja, memandang kesulitan dan pekerjaan mereka sebagai sesuatu yang bermakna dan menyenangkan, serta tetap fokus meskipun menghadapi berbagai tantangan dalam tempat kerja (Lampiran A).

Karim dkk. (2025) menyatakan bahwa karyawan dapat dikatakan memiliki keterikatan yang tinggi terhadap pekerjaannya apabila mereka menjalankan tugas dengan penuh semangat (*vigor*), antusias, serta memberikan perhatian yang lebih terhadap pekerjaan tersebut. Lebih lanjut, Prieto-Díez dkk. (2022) menjelaskan bahwa karyawan yang *engaged* umumnya menunjukkan tingkat energi yang tinggi, bertanggung jawab dan antusias dalam bekerja, serta memiliki hubungan yang efektif dengan pekerjaannya. Tingkat energi yang tinggi dan konsentrasi yang dimiliki karyawan dalam *work engagement* turut membantu karyawan dalam mengoptimalkan seluruh potensi yang dimiliki dalam pekerjaan (Bakker & Leiter, 2010). Selain itu, adanya hubungan yang efektif dan penuh energi antara karyawan dengan aktivitas pekerjaannya, mampu membantu mereka untuk menghadapi tuntutan pekerjaan dengan baik (Bakker & Leiter, 2010). Menurut Permatasari &

Suhariadi (2019), karyawan yang *engaged*, akan menikmati pekerjaan yang dilakukan, sehingga mereka terdorong untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaannya meskipun dihadapi oleh berbagai macam kesulitan. Melalui beberapa pernyataan tersebut, dapat terlihat bahwa *work engagement* memiliki dampak terhadap kinerja karyawan. Hal ini juga tergambar dalam penelitian Rahmayani dan Wikaningrum (2022) yang menjelaskan bahwa terdapat korelasi antara *work engagement* dengan kinerja karyawan. Tingginya tingkat *work engagement* pada karyawan, akan diikuti dengan kinerja yang tinggi pula.

Work engagement tidak hanya bermanfaat bagi kinerja karyawan, tetapi juga berkontribusi terhadap perkembangan organisasi. Iswanto dan Agustina (2016) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa semakin kuat *work engagement* yang dimiliki karyawan, maka semakin besar pula kemungkinan organisasi untuk berkembang. Dalam konteks organisasi, tingginya tingkat *work engagement* berpotensi mengurangi *turnover intention* dan meningkatkan kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan. Pernyataan tersebut dapat tergambar dalam hasil penelitian Rahmawati dkk. (2024), yang mengungkapkan bahwa *work engagement* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Tidak hanya itu, *work engagement* secara tidak langsung berpengaruh terhadap *turnover intention* karyawan melalui kepuasan kerja (Rahmawati dkk., 2024).

Work engagement dapat didefinisikan sebagai keadaan positif, memuaskan, dan penuh dengan unsur afeksi dan motivasi, yang mencerminkan kesejahteraan individu dalam pekerjaan (Bakker & Leiter, 2010). Dalam mengemukakan konsep mengenai *work engagement*, Bakker dan Leiter (2010) juga menjelaskan bahwa

work engagement seringkali dianggap sebagai kebalikan dari *job burnout*. Menurut Bakker dan Leiter (2010), *work engagement* dapat dikarakteristikan dengan tingginya energi dan kemampuan yang kuat dalam mengidentifikasi pekerjaan yang dilakukan, sehingga individu atau karyawan yang *engaged* dengan pekerjaannya, akan menjalankan pekerjaan dengan perasaan positif, seperti antusias dan semangat, serta dedikasi yang tinggi. Selain itu, karyawan yang *engaged* akan inisiatif dan mengerahkan segala usahanya untuk mencapai hasil yang terbaik dalam sebuah pekerjaan, yang tentunya bermanfaat bagi dirinya sendiri dan juga organisasi.

Berbagai penelitian dalam dekade terakhir menunjukkan bahwa *work engagement* bersifat dinamis (Bakker & Albrecht, 2018). Menurut Bakker dan Albrecht (2018), tingkat *work engagement* dapat memiliki perbedaan antarindividu dan mengalami fluktuasi seiring dengan perubahan waktu maupun situasi yang dihadapi. Hal ini mengindikasikan bahwa *work engagement* yang baik pada karyawan Generasi Z di Vidio (Lampiran A) dan rendahnya *work engagement* yang kerap diasosiasikan dengan karyawan Generasi Z di Indonesia (Trisandri & Iskandar, 2024) bukanlah kondisi yang bersifat tetap, melainkan sangat dipengaruhi oleh konteks dan situasi kerja yang dihadapi individu tersebut. Fenomena tersebut dapat dipahami melalui model *Job Demands-Resources* (JD-R), yang menjelaskan peran *job resources* (sumber daya pekerjaan), *job demands* (tuntutan pekerjaan), dan *personal resources* (sumber daya personal) dalam memengaruhi terbentuknya *work engagement* (Schaufeli & Bakker, 2004; Bakker & Demerouti, 2008).

Menurut Schaufeli dan Bakker (2004), *job demands* merupakan aspek-aspek fisik, psikologis, sosial, atau organisasional dari sebuah pekerjaan, yang menuntut upaya dalam bentuk fisik maupun psikologis (Schaufeli & Bakker, 2004). Oleh karena itu, *job demands* berkaitan erat dengan beban fisik dan/atau psikologis tertentu (Schaufeli & Bakker, 2004). Dalam menghadapi tuntutan tersebut, karyawan memerlukan *job resources* guna mengurangi dampak negatif dari *job demands*, membantu dalam pencapaian tujuan pekerjaan, serta mendorong pertumbuhan dan pengembangan diri (Schaufeli & Bakker, 2004). Selain *job resources*, karyawan juga memerlukan *personal resources*, yang merujuk pada kemampuan individu untuk mengendalikan dan memengaruhi lingkungannya, terutama ketika menghadapi kondisi yang menantang (Hobfoll dkk., 2003). *Personal resources* mencakup berbagai karakteristik positif, seperti optimisme, *self-efficacy*, *self-esteem*, strategi *coping* aktif, dan *grit* (Bakker & Demerouti, 2008; Nasrulloh dkk., 2025).

Dalam konteks PT Vidio Dot Com, *job demands* tercermin dari tingginya kompleksitas pekerjaan, banyaknya proyek yang harus diselesaikan secara bersamaan, tuntutan untuk menentukan prioritas, serta koordinasi lintas fungsi. Namun, *job demands* dapat diimbangi dengan adanya *job resources*, salah satunya dengan *Vidio Academy* yang merupakan bentuk upaya perusahaan dalam menyediakan berbagai program pembelajaran dan pengembangan bagi karyawan. Hal ini sejalan dengan pendapat Bakker dan Demerouti (2017), yang menjelaskan bahwa sumber daya pekerjaan dalam bentuk kesempatan pengembangan diri, pelatihan, dan *coaching* berperan penting dalam meningkatkan *work engagement*.

Menurut Bakker dan Albrecht (2018), *personal resources* berperan penting dalam meningkatkan *work engagement* karyawan. Van Zyl dkk. (2023) menyatakan bahwa *grit* adalah representasi dari *personal resources* yang menggambarkan karakteristik, serta kondisi atau energi individu yang dapat mendukung pencapaian tujuan dalam pekerjaan maupun kehidupan. Melalui *grit*, karyawan mampu memiliki tekad yang kuat, mempertahankan aspirasi mereka dari waktu ke waktu, serta mampu menghadapi tantangan dan kesulitan dalam pekerjaan (Van Zyl dkk., 2023; Stefanidis dkk., 2024). Lebih lanjut, karyawan yang memiliki *grit* mampu mengurangi dampak negatif dari tingginya *job demands* dan kurangnya *job resources* terhadap kinerja mereka (Van Zyl dkk., 2023). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, karyawan Generasi Z di PT Vidio Dot Com menunjukkan upaya untuk tetap menyelesaikan pekerjaan meski menghadapi hambatan dan tuntutan pekerjaan lainnya, seperti menyusun prioritas, memecah pekerjaan menjadi tugas yang lebih kecil, dan mencari solusi secara mandiri. Sementara itu, mereka juga mampu mempertahankan arah karier yang selaras dengan minat dan tujuan mereka, meski sebagian mengakui sering terdistraksi oleh peluang baru, namun tetap mengevaluasi relevansinya sebelum mengambil keputusan.

Duckworth dkk. (2007) mendefinisikan *grit* sebagai ketekunan dan gairah untuk mencapai tujuan jangka panjang, yang tercermin melalui dua dimensi utama, yaitu *perseverance of effort* (ketekunan usaha) dan *consistency of interest* (konsistensi minat). *Grit* dapat meliputi kerja keras dalam menghadapi tantangan serta kemampuan individu dalam mempertahankan usaha dan minat meskipun

mengalami kegagalan, kesulitan, dan kondisi yang stagnan (Duckworth dkk., 2007). Sejak pertama kali diperkenalkan oleh Duckworth dkk. (2007), *grit* lebih banyak diteliti dalam konteks akademik sebagai prediktor keberhasilan belajar dan pencapaian akademik. Terlebih lagi, penelitian yang mengkaji *grit* dalam konteks organisasi dan pekerjaan masih relatif terbatas dan belum banyak dieksplorasi jika dibandingkan dengan konteks akademik dan olahraga (Ion dkk., 2017; Postigo dkk., 2024). Oleh karena itu, penelitian mengenai *grit* pada karyawan penting untuk dilakukan guna memperluas bukti empiris mengenai peran *grit* dalam lingkungan kerja atau organisasi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Suzuki dkk. (2015) terhadap 1.134 orang dewasa yang telah bekerja di Jepang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara *grit* dan *work engagement*. Penelitian terhadap *grit* dan *work engagement* juga telah dilakukan oleh Rusdi dkk. (2023). Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *grit* dan *work engagement* pada karyawan yang berasal dari generasi millennial (Rusdi dkk., 2023). Artinya, semakin tinggi tingkat *grit* seseorang, maka semakin besar pula *work engagement* yang ditunjukkan (Rusdi dkk., 2023). Selain terhadap karyawan, *grit* turut berkontribusi terhadap *work engagement* pada guru (Liu dkk., 2023). Penelitian oleh Safariningsih dkk. (2022) menunjukkan bahwa *grit* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *work engagement* pada tenaga kesehatan di rumah sakit. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Firdaus (2024) terhadap 111 karyawan di sebuah rumah sakit menunjukkan bahwa *grit* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *work engagement*. Dengan kata lain, temuan ini menunjukkan

bahwa *grit* bukan merupakan faktor yang dapat menentukan dan memengaruhi *work engagement* secara signifikan (Firdaus, 2024).

Menurut Singh dan Chopra (2018), studi yang mengkaji hubungan antara *grit* dan *work engagement* masih terbatas. Selain itu, kajian literatur yang telah dilakukan peneliti pada topik serupa juga masih terbatas pada populasi karyawan yang berasal dari Generasi Z. Pernyataan ini dapat dibuktikan oleh salah satu keterbatasan penelitian oleh Suzuki dkk. (2015), yang menjelaskan bahwa jumlah partisipan yang digunakan dalam penelitiannya mayoritas berasal dari rentang usia 30-50 tahun, sedangkan partisipan yang berasal dari usia 20 dan 60 tahun masih tergolong sedikit, sehingga hasil penelitian kurang dapat mencerminkan karakteristik dari kelompok usia pekerja muda dan tua.

Melihat adanya inkonsistensi hasil pada penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji hubungan antara *grit* dengan *work engagement*, serta terbatasnya penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara kedua variabel tersebut pada karyawan Generasi Z di industri yang spesifik, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan antara *grit* dan *work engagement* pada karyawan Generasi Z di PT Vidio Dot Com.

B. Rumusan Masalah

Apakah terdapat hubungan yang positif antara *grit* dengan *work engagement* pada karyawan Generasi Z di PT Vidio Dot Com?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara empirik hubungan antara *grit* dengan *work engagement* pada karyawan Generasi Z di PT Vidio Dot Com.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan utama penelitian yang telah diuraikan di atas, penelitian ini diantisipasi dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan serta kemajuan ilmu psikologi, terutama dalam bidang Psikologi Industri Organisasi.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat berperan sebagai sumber referensi untuk peneliti lain yang akan mengadakan penelitian serupa atau pengembangan lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi subjek penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu menyediakan wawasan dan pengetahuan mengenai keterkaitan antara *grit* dan *work engagement* pada karyawan Generasi Z di PT Vidio Dot Com, serta kondisi *grit* pada karyawan Generasi Z di dalam lingkup perusahaan.

b. Bagi organisasi

Penelitian ini diantisipasi untuk menjadi landasan bagi pihak perusahaan atau organisasi dalam merancang tindak lanjut guna meningkatkan *work engagement* karyawan, khususnya yang berasal dari Generasi Z.

c. Bagi akademisi dan penelitian selanjutnya

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi atau acuan untuk penelitian di masa mendatang yang ingin mengkaji mengenai topik *grit* dan *work engagement* pada karyawan Generasi Z di lingkup perusahaan.