



Pola Komunikasi dan Manajemen *Creative Agency* dalam Penanganan Proyek *Branding* pada periode *Work From Home*

Fitri Anggraeni, Nurhayani Saragih

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta

E-mail korespondensi: nurhayani.saragih@mercubuana.ac.id; fitrianggraeni2810@gmail.com

Diterima: 19-06-2024 | Direvisi: 3-11-2024 | Disetujui: 24-11-2024 | Publikasi online: 28-11-2024

ABSTRACT

In Indonesia, there are many creative agencies that handle problems in the creative and artistic fields for clients' needs, one of which is creative projects in creating logos or branding. The purpose of this study was to determine the pattern of communication in running a project with the management function of planning, organizing, actuating, controlling in the design works of a local creative agency. This research aims to find out whether there are problems with organizational communication and the implementation of management functions. The research question raised is what are the organizational communication patterns and management functions of creative companies. This research uses a constructivism paradigm with a qualitative descriptive method. The data collection technique in this study used in-depth interviews with eight informants. The research results show that the communication pattern that occurs uses an all-way communication pattern. Judging from how to communicate, exchange information, interaction between members and how the team works, it shows communication in all directions without any restrictions on sending or receiving information.

Kata kunci: 3-5 kata dalam bahasa Inggris dan sesuai urutan abjad

PENDAHULUAN

Di Indonesia banyak sekali *creative agency* yang menangani permasalahan di bidang kreatif dan seni untuk kebutuhan para klien, salah satunya adalah proyek kreatif dalam penciptaan logo atau *branding*. Perusahaan membutuhkan strategi dalam berkomunikasi, oleh sebab itu peran *Public Relation* sangat dibutuhkan dalam upaya membangun hubungan antara perusahaan dengan berbagai *stakeholder*, baik internal maupun eksternal.

Interaksi antara anggota organisasi atau perusahaan tidak lepas dari suatu pola komunikasi yang terdiri dari lima pola yaitu pola roda, pola Y, pola rantai, pola lingkaran dan pola semua arah (Hovland dan Webster's News World Dictionary dalam Arni, 2014). Pola komunikasi ini sangat tergantung pada tujuan dan gaya manajemen dalam perusahaan, yang mana semua itu tergantung kepada karyawan yang ada dalam perusahaan karena mereka yang melakukan pengiriman dan penerimaan pesan.

Dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi, langkah yang diambil harus berdasarkan prinsip manajemen yaitu POAC. Menurut George R. Terry (dalam Sukarna, 2011) fungsi manajemen POAC adalah *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pengaktualisasian) dan *controlling* (pengawasan). Fungsi POAC ini dapat

digunakan untuk mengelola dan memajukan organisasi/perusahaan dalam hal ini penyelesaian masalah yang terjadi pada divisi desain kreatif.

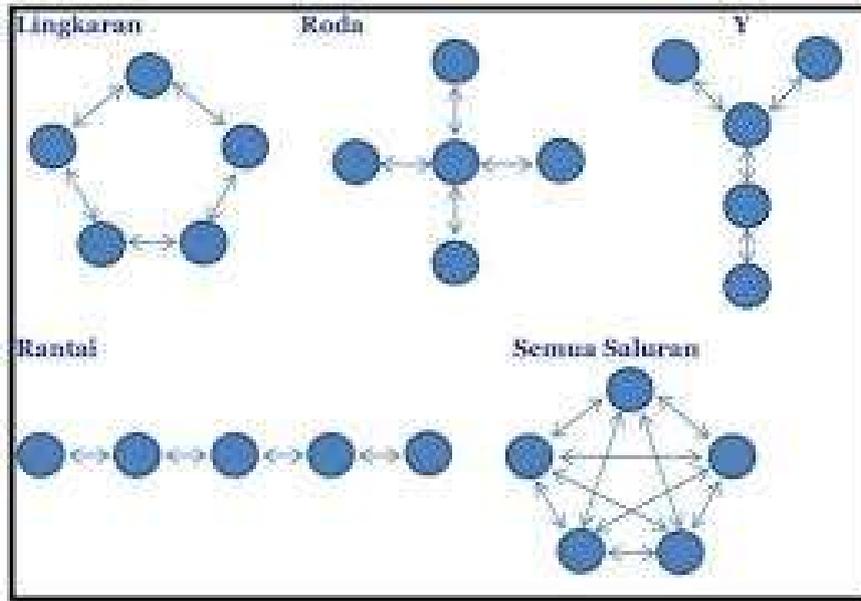
Penelitian oleh Ketut et al (2017) dengan judul Pola Komunikasi Komunitas Vespa dalam Mempertahankan Solidaritas Kelompok, dan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif menunjukkan komunikasi pola roda ketika menggunakan media sosial Instagram, sedangkan pola segala arah digunakan di aplikasi pesan instan Line. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ini adalah sama-sama meneliti pola komunikasi berdasarkan lima pola yang ada. Namun perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti pola pada media sosial yaitu Instagram dan Line sedangkan penelitian ini memilih perusahaan kreatif (*creative agency*) EGGHEAD Branding Consultant sebagai objek Penelitian karena terdapat beberapa Divisi yang cukup lengkap, sistem komunikasi yang beragam dan merupakan salah satu *Creative Agency* di Indonesia yang banyak melahirkan karya-karya unik yang telah menangani berbagai brand besar di Indonesia. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti komunikasi yang ada di beberapa divisi yang ada salah satunya divisi desain. Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah terdapatnya masalah komunikasi organisasi dan pelaksanaan fungsi manajemen. Pertanyaan Penelitian yang diajukan adalah bagaimana pola komunikasi organisasi dan fungsi manajemen perusahaan kreatif EGGHEAD Branding Consultant?

TINJAUAN PUSTAKA

Pola Komunikasi Organisasi. Pola komunikasi adalah suatu proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan dalam kaitannya dengan unsur-unsur yang dicakup. Pola komunikasi dan aktivitas organisasi sangat tergantung pada tujuan, gaya manajemen, dan iklim organisasi yang bersangkutan, artinya bahwa komunikasi itu tergantung pada kekuatan-kekuatan yang bekerja dalam organisasi tersebut, yang ditunjukkan oleh mereka yang melakukan pengiriman dan penerimaan pesan (Effendy dalam Gunawan, 2013). Carl I. Hovland dan Webster's New World Dictionary dikutip dari buku (Arni, Muhammad, 2014: 45). Secara rinci menjabarkan pola komunikasi tersebut terdiri dari: pola roda, pola Y, pola lingkaran dan pola semua arah (Lihat gambar 1)

Pola roda. Merupakan komunikasi dengan dua saluran, di mana setiap karyawan akan mengirim dan menerima pesan ke pusat komunikasi, dan pusat komunikasi akan menerima serta mendistribusikan informasi yang diterimanya. Pada pola roda ini, atasan biasanya merupakan sumber komunikasi, ia dapat mengirimkan informasi ke semua bawahannya. Masing-masing bawahan dapat mengirim pesan jaringan yang menggambarkan situasi di mana kedua anggota pada bagian ujung rantai hanya dapat berkomunikasi dengan orang di antara mereka dan orang yang berada di pusat. Dengan demikian, kedua orang yang berada di tengah tengah menyampaikan informasi ke atas

Pola Y. Pada pola Y ini pusat komunikasi tidak dapat berkomunikasi langsung dengan seluruh individu, tetapi ada individu yang komunikasinya harus melalui individu lain. Pola Rantai, hampir sama dengan pola lingkaran, hanya saja di sini ada dua individu yang berada di akhir jaringan, sehingga hanya dapat mengirim dan menerima pesan dari satu posisi.



Gambar 1: Pola komunikasi organisasi oleh Carl I. Hovland dan Webster's New World Dictionary dalam Abdullah Masmuh, Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek (Malang: UMM Press, 2008), 56-57.

Pola Lingkaran. Pola komunikasi lingkaran memungkinkan masing-masing individu untuk mengirim pesan ke sebelah kiri atau ke sebelah kanannya. Namun demikian individu tidak dapat mengirim dan menerima pesan secara langsung ke seluruh karyawan

Pola Semua Arah. Pada pola ini, semua individu pada semua posisi dimungkinkan untuk mengirim dan menerima informasi ke segala arah. Jaringan, struktur, pola ini digunakan untuk menentukan tipe interaksi antara individu dalam perusahaan. Perkembangan komunikasi sejalan dengan kemajuan suatu masyarakat. Pada masyarakat yang telah maju seperti Amerika, maka bidang ilmu komunikasi ini mendapat perhatian yang relatif besar.

Dalam organisasi, selain pola komunikasi terdapat juga faktor penghambat dan pendukung yang akan mempengaruhi komunikasi dalam organisasi. Dalam hal ini, setiap kegiatan komunikasi pasti terjadi hambatan, oleh sebab itu komunikan dan komunikator harus memahami apa saja hambatan komunikasi. Adapun hambatan-hambatan komunikasi dalam organisasi mencakup antara lain: hambatan teknis karena keterbatasan fasilitas dan peralatan komunikasi.

Hambatan Semantik. Gangguan jenis ini menjadi hambatan dalam proses penyampaian pengertian secara efektif karena seringkali proses penafsirannya keliru. Tidak adanya hubungan antara simbol (kata) dan apa yang disimbolkan (arti atau penafsiran), dapat mengakibatkan kata yang dipakai ditafsirkan sangat berbeda dari apa yang dimaksudkan sebenarnya. Untuk menghindari miskomunikasi semacam ini, seorang komunikator harus memilih kata-kata yang tepat sesuai dengan karakteristik komunikannya, dan melihat kemungkinan penafsiran terhadap kata-kata yang dipakainya.

Hambatan Manusiawi. Adanya faktor-faktor seperti: emosi, prasangka pribadi, persepsi, kecakapan dan ketidakcakapan, kemampuan atau ketidakmampuan alat-alat panca indera seseorang yang dinilai kurang atau mengalami gangguan menjadi merupakan

hambatan manusiawi. Hambatan semantik dan hambatan budaya ini misalnya terjadi pada kasus Sumiati asal Dompu Bima Nusa Tenggara Barat yang terluka parah akibat digunting majikannya di Madinah, Arab Saudi (Ellys Pambayun, 2024).

Faktor Pendukung. Komunikasi organisasi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua lembaga atau kelompok orang yang dapat menghasilkan umpan balik (Muslimin, 2019). Faktor yang berkaitan dengan hal tersebut adalah: keterbukaan, empati, sikap mendukung dan kesamaan.

Kualitas keterbukaan mengacu pada dua aspek yaitu komunikator yang harus terbuka pada orang yang diajaknya berinteraksi, kesediaan untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang serta kepemilikan perasaan dan pikiran. Aspek keinginan untuk terbuka bagi setiap orang yang berinteraksi dengan orang lain, dan aspek untuk menanggapi semua stimulus yang datang kepadanya. Dengan demikian bisa dikatakan efektif jika keterbukaan dalam berkomunikasi diwujudkan.

Empati. Pada hakekatnya kemampuan untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain. Dengan kata lain orang yang empatik akan mampu memahami kondisi orang lain sehingga mampu menyesuaikan komunikasinya dengan kondisi orang yang diajaknya berkomunikasi. Agar komunikasi dapat berlangsung dengan baik maka komunikator harus mampu mengevaluasi, menilai, menafsirkan dan mengkritik. Hal ini dimaksudkan agar tidak menghambat pemahaman.

Sikap Mendukung. Hubungan akan berlangsung secara baik apabila ada sikap saling mendukung dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategik, dan profesional. Deskriptif dan evaluatif akan mampu membantu terciptanya sikap mendukung baik dalam menjelaskan apa yang terjadi perasaan maupun hal-hal lain yang terkait.

Kesamaan atau kesetaraan. Adanya faktor ini sangat bermanfaat untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Kesamaan/kesetaraan merupakan suatu pengakuan bahwa kedua belah pihak yang berkomunikasi sama-sama bernilai dan berharga. Demikian pula dalam pelaksanaan komunikasi dalam meningkatkan motivasi kerja seorang pimpinan harus menyadari bahwa tidak bisa bekerja dengan baik tanpa ada pegawai begitu pula sebaliknya.

Fungsi Manajemen. Menurut G.R.Terry dalam (Sukarna, 2011) fungsi dasar manajemen terbagi dalam empat bagian yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan) dan *controlling* (Pengawasan) yang mana ke-empat fungsi manajemen tersebut sering disingkat dengan POAC. Adapun penjelasan dari fungsi-fungsi manajemen menurut G.R Terry ini dapat dikemukakan sebagai berikut. Perencanaan adalah pemilih fakta dan penghubungan fakta-fakta serta pembuatan dan penggunaan perkiraan-perkiraan atau asumsi-asumsi untuk masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Pengorganisasian berarti penentuan, pengelompokkan, dan penyusunan macam-macam kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, penempatan orang-orang (pegawai), terhadap kegiatan-kegiatan ini, penyediaan faktor-faktor fisik yang cocok bagi keperluan kerja dan penunjukkan hubungan wewenang, yang dilimpahkan terhadap setiap orang dalam hubungannya dengan pelaksanaan setiap kegiatan yang diharapkan.

Fungsi pelaksanaan adalah membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar berkehendak dan berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan dengan ikhlas serta

serasi dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan. Fungsi pengawasan adalah proses penentuan apa yang harus dicapai, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan, dan bilamana perlu, melakukan perbaikan-perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana, yaitu selaras dengan standard (ukuran)

Leadership. Sebuah organisasi akan berjalan dengan baik jika memiliki sosok pemimpin yang dapat bertanggung jawab atas kelompok yang dipimpinnya. Sesuai dengan *Trait Theory* yang memiliki anggapan bahwa manusia dilahirkan dengan karakteristik tertentu yang membuat mereka mampu menjadi pemimpin yang ulung. Karakteristik khusus tersebut antara lain intelegensi, sikap bertanggung jawab, kreativitas dan berbagai karakter berkualitas lainnya yang membuat seseorang mampu menjadi pemimpin yang baik Amanchukwu, R., Stanley, G., & Ololube, N. (2015). Penelitian ini akan melihat bagaimana fungsi manajemen dan gaya kepemimpinan pada perusahaan periklanan (*brand agency*) dalam menjalankan sebuah proyek kreatif.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang berusaha memaknai terhadap fenomena yang diamati. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami kejadian atau peristiwa sosial yang merupakan karakteristik dari paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme merupakan upaya untuk memahami dan menjelaskan tindakan sosial yang bermakna (Neuman, 2015).

Penelitian yang menganalisa pola komunikasi dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitiannya deskriptif berdasarkan data yang terkumpul. Data yang digunakan tidak hanya sebatas angka, tetapi juga data berdasarkan wawancara, catatan lapangan, dan dokumen lainnya. Data dilakukan terhadap delapan narasumber serta dilengkapi juga dengan data lain berupa dokumentasi sebagai data pendukung. Ke delapan narasumber berasal dari divisi *design* yang masing-masing diwakili empat orang.

Pengumpulan data dilakukan selama pengerjaan project yaitu Februari 2022 sampai dengan Juni 2022 yang mana ketika itu pekerjaan masih dilakukan dengan metode kerja *work from home* (WFH) sehingga dirasakan menimbulkan permasalahan yang harus segera ditangani dengan cepat dan tepat agar proyek berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tenggat yang telah ditentukan.

Teknik analisis data menggunakan analisa oleh Miles dan Huberman (Sugiyono, 2018). Dalam hal ini, analisis data dilakukan bersamaan pada saat pengumpulan data lapangan berlangsung hingga selesainya periode penelitian. Analisis dilakukan dalam tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik Pemeriksaan keabsahan dalam penelitian ini menggunakan Triangulasi data.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan peneliti, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi kedua tim yang ada pada divisi Design yaitu menggunakan pola komunikasi semua arah. Hal ini didukung

dengan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan beberapa narasumber yang mengatakan bahwa informasi utama didapatkan dari Project Manager namun antar anggota kelompok juga terjalin komunikasi.

Pada pola komunikasi semua arah, informasi yang didapatkan maupun cara berkomunikasi antar anggota tim tidak memiliki batasan atau dengan kata lain komunikasi dapat dilakukan ke segala arah. Tidak hanya komunikasi dalam tim, penyampaian atau penerimaan pesan dari anggota tim lain juga berpola ke semua arah. Hal ini sejalan dengan pandangan Carl I. Hovland yang menyatakan bahwa "Semua individu pada semua posisi dimungkinkan untuk mengirim dan menerima informasi ke segala arah. Jaringan, struktur, pola ini digunakan untuk menentukan tipe interaksi antara individu dalam perusahaan." (Arni, Muhammad, 2014: 45)

Aliran komunikasi dalam perencanaan project bisa disesuaikan tergantung situasi dan kondisi. Karena setiap tim menerima proyek yang berbeda, *Scope* yang berbeda dan jenis bisnis klien yang berbeda juga, maka dalam perencanaan Project Manager dari kedua tim memiliki cara masing-masing dalam proses perencanaan proyek.

Fungsi perencanaan oleh kedua tim memiliki cara yang hampir sama berdasarkan arahan Project Manager. Pada tahap awal ini, Project Manager akan mengatur *workflow*, *timeline*, orang-orang yang terlibat dan distribusi informasi kepada anggota tim yang lain. Tahap ini merupakan tahap penentu bagaimana gambaran besar proyek akan berjalan dan bagaimana masing-masing tim menyusun strategi dalam bekerja, oleh karena itu manajer proyek sebagai kepala tim harus mampu menyusun perencanaan dengan matang agar proyek dapat berjalan sesuai dengan keinginan klien dan target perusahaan.

Dalam hal proses pengelompokan tugas, tanggung jawab dan otoritas suatu proyek dimulai dengan pembagian tugas dan peran masing-masing anggota tim. Namun, bagaimana cara menjalankan tugas tersebut, Project Manager menyerahkan kepada masing-masing tim untuk disesuaikan dengan teknik, waktu dan kapabilitas yang dimiliki anggota.

Pada tahap ini peneliti melihat terdapat perbedaan cara pengelompokan tugas masing-masing tim. Pada Tim 1, pembagian tugas yang dilakukan manajer proyek dilakukan secara perorangan atau *one by one* sesuai dengan posisi/jabatan, sedangkan untuk Tim 2 dilakukan secara serentak atau secara menyeluruh dalam suatu forum *briefing*. Perbedaan cara ini telah disesuaikan dengan kebiasaan atau cara kerja masing-masing tim sehingga memudahkan manajer proyek.

Dalam upaya memotivasi Tim 1 ketika anggota sudah mulai jenuh dilakukan dengan memberikan bantuan ide kepada anggota yang merasa *stuck*, sedangkan Tim 2 lebih banyak melakukan komunikasi seperti tetap sesekali datang ke kantor atau melakukan *meeting* rutin untuk *update* progres pekerjaan dan untuk *sharing* sesama anggota tim.

Fungsi pelaksanaan merupakan fungsi manajemen yang paling utama karena lebih menekankan pada kegiatan yang berhubungan langsung dengan orang-orang dalam organisasi. Dalam tahap ini *Project Manager* memiliki tugas untuk menggerakkan anggota tim dalam bekerja. Pada dasarnya masing-masing anggota tim telah memiliki tanggung jawabnya masing-masing, hanya saja dalam proses pelaksanaan sering sekali anggota tim menemukan kendala atau merasa buntu dalam pencarian ide atau desain.

Pada situasi ini, Project Manager memiliki peran untuk membangkitkan motivasi dan mempertahankan produktivitas para anggota Tim. Kedua tim memiliki caranya masing-masing dalam menjaga produktivitas anggotanya.

Dalam hal proses pengawasan (*controlling*) cara yang dilakukan kedua tim hampir sama yaitu pemeriksaan dan *follow up* secara berkala. Namun, media yang digunakan berbeda, Tim 1 menggunakan media Google meet sedangkan Tim 2 menggunakan media Whatsapp. Fungsi *Controlling* atau fungsi pengawasan, pada tahap ini adalah tahap terakhir dari fungsi manajemen. Pada tahap ini peran *controlling* dipegang oleh Project Manager, dan pengawasan dilakukan ketika project masih berjalan sampai project selesai.

Berdasarkan seluruh pemaparan yang dijelaskan oleh narasumber terkait proses komunikasi dengan manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating and Controlling), peneliti menemukan proses dari kedua tim hampir sama namun ada beberapa perbedaan cara atau flow kerja dikarenakan situasi dan kondisi yang dihadapi kedua tim.

Faktor Penghambat. Keterbatasan fasilitas dan peralatan komunikasi. Selama kerja dari rumah atau *Work From Home* (WFH), sering terjadi kendala teknis yaitu berkaitan dengan jaringan internet maupun *gadget* yang digunakan. Terdapat hambatan semantik yaitu perbedaan interpretasi kata dan simbol yang digunakan untuk berkomunikasi. Hambatan ini telah terjadi beberapa kali dalam proses kerja selama WFH. Kadang terjadi kesalahan penafsiran pada sebuah konsep melalui sebuah kata seperti kata 'elegant'. Elegant yang dimaksud oleh *Project Manager* dan *Brand Designer* pernah berbeda sehingga konsep *branding* yang dikerjakan tidak sesuai dengan *brief* yang diinginkan oleh Project Manager. Ada juga hambatan manusiawi yang terjadi, misalnya, karena adanya faktor, emosi dan prasangka pribadi, persepsi, kecakapan dan ketidakcakapan, kemampuan atau ketidakmampuan alat-alat panca indera seseorang,

Dalam kedua tim kesalahan persepsi maupun prasangka terjadi terutama ketika WFH yang mana sistem *controlling* yang dilakukan *Project Manager* cukup terbatas. Faktor prasangka yang kadang tidak terbukti menjadi hambatan manusiawi yang cukup berbahaya. Hal ini didukung dengan pernyataan salah seorang narasumber bahwa selama WFH terdapat Tim yang kadang menghilang dan susah dihubungi dengan berbagai alasan seperti jaringan internet yang tidak baik sehingga semua koneksi terputus, media komunikasi seperti WhatsApp tidak dapat digunakan dan project yang sedang dikerjakan menjadi tidak selesai. Dikarenakan adanya faktor emosi dan prasangka ini timbul penilaian bahwa anggota tim tersebut memang tidak bekerja secara maksimal dan hanya mencari alasan saja karena pada kenyataannya ada beberapa *software offline* yang dapat digunakan untuk menjalankan pekerjaannya.

Dari paparan di atas, penulis menyimpulkan bahwa hambatan-hambatan yang terjadi pada kedua tim dapat diselesaikan dengan komunikasi yang lebih baik. Saling memahami karakteristik masing-masing tim juga menjadi faktor penting dalam menyelesaikan maupun mencegah hambatan komunikasi yang mungkin terjadi.

Faktor Pendukung. Kualitas keterbukaan mengacu pada dua aspek yaitu komunikator yang harus terbuka pada orang-orang yang diajaknya berinteraksi, kesediaan untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang serta kepemilikan perasaan dan pikiran. Keterbukaan yang ada pada kedua tim membuat komunikasi yang terjalin semakin baik,

dengan melakukan beberapa hal yang memicu keterbukaan antar anggota seperti melakukan *meet call* yang merupakan diskusi mengenai pekerjaan dan beberapa hal pribadi yang dapat dibagikan. Seiring berjalannya waktu, keterbukaan antara anggota tim terbentuk melalui pendekatan-pendekatan ketika melakukan pekerjaan. Project Manager Tim 1 selalu melakukan *meet call* melalui google meet hampir setiap hari di saat pandemi.

Empati. Kemampuan untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain merupakan sikap empatik sehingga orang mampu menyesuaikan komunikasinya dengan kondisi orang yang diajak bekerjasama. Empati merupakan faktor penting dalam sebuah organisasi, dalam hal ini tim yang ada pada divisi desain. Agar komunikasi dapat terjalin dengan baik dan proyek dapat diselesaikan dengan tepat, maka sesama anggota tim harus saling memahami kondisi dari masing-masing tim. Dalam hal anggota tengah mengalami permasalahan, maka anggota tim mencoba untuk memahaminya dengan menyesuaikan gaya bahasa, pilihan kata atau sikap yang diambil.

Sikap Saling Mendukung. Dalam hal anggota tim mengalami kesulitan. Misalnya, waktu yang sudah hampir mendekati tenggat namun ada pekerjaan yang masih belum selesai, maka Project Manager mencoba untuk sigap membantu anggota tim. Sebagaimana disampaikan seorang manajer proyek: “Kalo ada yang butuh bantuan, kaya misalnya *Designer*, tapi bantuin bukan yang *major* ya, cuma kaya benerin besar kecil lah *well* ya itu kan *minor*, aku gak *takes time* banyak jadi aku bisa”.

Penulis menyimpulkan bahwa dengan adanya sikap saling mendukung antar anggota tim, pekerjaan akan lebih mudah selesai sesuai dengan konsep dan rencana dari *project* tersebut sendiri. Kesamaan atau kesetaraan sangat bermanfaat untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Dalam konteks kesamaan dalam Tim, masing-masing anggota tim harus memiliki kesadaran akan posisi dan kebutuhan masing-masing. Dalam menjalankan sebuah pekerjaan, wajib bagi tim memiliki kerjasama dan saling memberikan motivasi satu sama lain. Perbedaan posisi/jabatan tidak seharusnya menjadi penghalang kebersamaan dalam tim karena masing-masing posisi saling membutuhkan satu sama lain.

Dalam Divisi Design di PT Kejora Cipta Kreasi terdapat empat posisi berbeda dalam 1 tim yaitu *Project Manager*, *Brand Designer*, *Brand Strategy* dan *Art Director*. Apabila tidak adanya semangat kebersamaan atau kesetaraan dalam sebuah proyek maka akan terjadi batasan-batasan komunikasi antara posisi satu dengan posisi lainnya.

Peneliti berasumsi bahwa dari empat faktor pendukung dalam berjalannya komunikasi yang baik pada tim 1 dan 2 merupakan proses yang harus dijaga dan dipertahankan agar komunikasi di masa mendatang dapat terjalin lebih baik, sehingga seluruh anggota tim 1 dan 2 memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menjalankan komunikasi organisasi yang lebih efektif.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi yang terjadi menggunakan pola komunikasi semua arah. Dilihat dari bagaimana cara berkomunikasi, pertukaran informasi, interaksi antar anggota dan cara kerja tim menunjukkan komunikasi segala arah tanpa adanya batasan pengiriman atau penerimaan informasi. Media yang digunakan oleh kedua tim sebagai alat berkomunikasi selama bekerja pada masa pandemi yaitu Whatsapp, Google Meet,

Telepon dan Email Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor penghambat dalam komunikasi kedua tim yaitu hambatan teknis berupa kendala jaringan internet, hambatan semantik berupa kesalahan interpretasi dari kata atau simbol yang disampaikan komunikator kepada komunikator namun terdapat juga faktor pendukung yaitu keterbukaan, empati, sikap saling mendukung dan kesamaan. Hasil penelitian juga menunjukkan fungsi manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) digunakan sebagaimana mestinya oleh kedua tim.

DAFTAR PUSTAKA

- Alo, Liliweri (2014). *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Amanchukwu, R., Stanley, G., & Ololube, N. (2015). A Review of Leadership Theories, Principles and Styles and Their Relevance to Educational Management. *Management*, 5, 6-14.
- Arni, Muhammad (2014). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Creswell, John. W (2014). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Deddy Mulyana (2013). *Engkus Kuswarno dan Gembirasari. Komunikasi organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana (2015). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ellys Pambayun, N. S. (2024). *Teori Komunikasi dalam Lima Sila : Implementasi Pancasila dalam Kehidupan Berbangsa* (Sofi Nurani Fatima (ed.); I). Nuansa Cendikia. <https://books.google.co.id/books?id=TEP9EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Gunawan, Imam (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta : Bumi Aksara,
- Hardjana, Andre (2016). *Komunikasi Organisasi: Strategi dan kompetensi*. PT Kompas Media Nusantara.
- Muslimin, Khoirul (2019). *Jurnalistik Dasar : Juru Jitu Menulis Berita, Feature Biografi, Artikel Populer, dan Editorial*. Yogyakarta: Lingkar media.
- Neuman, W. Lawrence (2015). *Metodologi penelitian sosial: pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Jakarta: PT. Indeks.
- Silviani, Irene (2020). *Komunikasi Organisasi*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020
- Soetopo, Hendyat (2012). *Perilaku Organisasi: Teori Dan Praktik Di Bidang Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sukarna (2011). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung : Mandar Maju.