

**PERILAKU KOMUNIKASI KARYAWAN DIVISI KREATIF  
DALAM MENCIPTAKAN KARYA**  
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif)



Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Misbahul Munir  
NIM 10730036

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**PRODI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

**2016**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Misbahul Munir  
NIM : 10730036  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 21 Agustus 2017

Yang menyatakan,



Misbahul Munir  
NIM. 10730036



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING  
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

**Kepada**  
**Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
**Di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Misbahul Munir  
NIM : 10730036  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**PERILAKU KOMUNIKASI KARYAWAN DIVISI KREATIF**  
**DALAM MENCIPTAKAN KARYA**  
**(Studi Deskriptif Kualitatif pada Divisi Kreatif CV. Abankirenk**  
**Kreatif)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 21 Agustus 2017

**Pembimbing**

**Dr. Yani Tri Wijayanti M. Si**  
**NIP. 19800326 200801 2 010**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-265/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2017

Tugas Akhir dengan judul : PERILAKU KOMUNIKASI KARYAWAN DIVISI KREATIF DALAM MENCiptAKAN KARYA (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MISBAHUL MUNIR  
Nomor Induk Mahasiswa : 10730036  
Telah diujikan pada : Kamis, 29 Desember 2016  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si  
NIP. 19800326 200801 2 010

Penguji I

Rama Kertamukti, S.Sos., MSn  
NIP. 19721026 201101 1 001

Penguji II


Mokhammad Mahfud, S.Sos. I. M.Si.  
NIP. 19770713 200604 1 002

Yogyakarta, 29 Desember 2016  
UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19680416 199503 1 004

## MOTTO



*“Sukses bukanlah milik mereka yang pintar dan cerdas. Sukses adalah milik mereka yang memiliki mimpi dan berjuang untuk mengejar mimpi itu”*

*When you become lazy, it's disrespectful to those who believe in you*

*Gunakan dua cermin, satu cermin untuk melihat kekuranganmu, satu lagi untuk melihat kelebihan orang lain*

*(Gus Mus)*

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Tercinta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang Ilmu Komunikasi. Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si selaku pembimbing skripsi.
5. Bapak Rama Kertamukti, S.Sos., MSn selaku dosen pembahas.
6. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Staf dan Karyawan CV. Abankirenk Kreatif.
8. Orang tua saya yang telah memberikan dukungan berupa moril dan materiil.
9. Keluarga Bapak Umar dan Ibu Zuhriyah yang selalu memberikan dukungan.
10. Keluarga Besar Simbah Imam Mahmudi yang juga selalu memberikan dukungan.
11. Nidya Wulan Agustina yang selalu memberikan dukungan dan semangat.

12. Keluarga Kontrakan Apel Idjo yang selalu memberikan dukungan.
13. Arifah, Rintri, Wafda, Ainus, Ismanto, Defi dan teman-teman kelas IKOM A 2010 yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Komunikasi.
15. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, Amin.

Yogyakarta, 1 Desember 2016

Misbahul Munir

10730036

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Kerangka Teori.....	8
G. Kerangka Pemikiran.....	17
H. Metode Penelitian.....	18

## **BAB II GAMBARAN UMUM**

A. Profil CV. Abankirenk Kreatif.....	23
B. Visi CV. Abankirenk Kreatif.....	25
C. Struktur Organisasi CV. Abankirenk Kreatif.....	25
D. Bidang Usaha CV. Abankirenk kreatif.....	28
E. Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif.....	30

## **BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. <i>Input</i> .....	32
B. Variabel.....	44
C. <i>Output</i> (Prestasi Kelompok ).....	57

## **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	71
B. Saran-Saran.....	74

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	75
-----------------------------	----

<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	77
--------------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Kategori Analisis Proses Interaksi .....	37
---------	--	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Konsep dan Prosedur Teori Prestasi Kelompok .....	12
Gambar 2	: Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 3	: Logo CV. Abankirenk kreatif.....	24
Gambar 4	: Struktur Organisasi CV. Abankirenk Kreatif.....	26
Gambar 5	: Suasana Forum Materi <i>Eat</i> .....	41
Gambar 6	: Struktur Proses Pembuatan Buku Tahunan CV. Abankirenk Kreatif.....	46
Gambar 7	: CV. Abankirenk Kreatif Memenangkan Penghargaan.....	60
Gambar 8	: Konsep dan Prosedur Teori Prestasi Kelompok.....	67
Gambar 9	: Implementasi Konsep Teori Prestasi Kelompok.....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Bukti Seminar Proposal
- Lampiran 2 : Surat Penetapan Pembimbing
- Lampiran 3 : Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Pernyataan Telah Selesai Penelitian
- Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup Penulis
- Lampiran 7 : Daftar *Interview Guide*
- Lampiran 8 : Foto-Foto Kegiatan
- Lampiran 9 : Cover Buku Tahunan 2015 CV. Abankirenk Kreatif

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

CV. Abankirenk kreatif is a company who engaged in the creative servively probably on the school yearbook. Not only working on the school yearbook, CV. Abankirenk Kreatif also working on the photo studio service and video documentation. They know that they are a company engaged in the creative area, then CV. Abankirenk Creative must be can deserve the something new to the client so that the client is the one with the other must be different. Differ in terms of the concept of the book has to offer, is different from how they deal with clients and different form how the oofer section that wqill be sold to client.

CV. Abankirenk Creative have a division who drafting qualified yearbook. In 2015, CV. Abankirenk Creative has signed contract with almost 250 school from around Indonesia for yearbook formanship. And on 2016, CV. Abankirenk Creative was awarded as “The Best Graphic Design Agency of The year’ from Pinasthika Award. That’s all by work from Creative Division of CV. Abankirenk Creative.

On the Creative Division of CV. Abankirenk Creative there is a unique communication behavior because at that division doing communivcation with the members are intens and always work together in a problem solving. It aims to achieve what the purpose of the group.

The methods that will be used in this research is a qualitative method. While the type of research uses desccriptive research.the source is divided in two, that is primary data and secondary data. Primary data where obtained from depth interview against informants. Seceondary data obtained from the documentation of the company.

Keywords: Communications, A Division Of Creative Behavior, Creating A Masterpiece.

## ABSTRAK

CV. Abankirenk Kreatif adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kreatif yaitu jasa pengerjaan buku tahunan sekolah. Selain mengerjakan buku tahunan sekolah, CV. Abankirenk juga mengerjakan jasa foto studio serta video dokumentasi. Mengerti bahwa mereka adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kreatif, maka CV. Abankirenk kreatif haruslah bisa terus menghadirkan sesuatu yang baru kepada klien sehingga klien satu dengan yang lainnya haruslah berbeda. Berbeda dari segi konsep buku yang ditawarkan, berbeda dari bagaimana mereka menghadapi klien dan berbeda dari bagaimana menawarkan produk yang akan di jual kepada klien.

Berbicara tentang konsep, CV. Abankirenk Kreatif memiliki dapur pembuatan konsep buku tahunan yang mumpuni. Di tahun 2015 CV. Abankirenk Kreatif menandatangani kontrak pengerjaan buku tahunan sekolah dengan 250 sekolah diseluruh Indonesia. Di tahun 2016 CV. Abankirenk kreatif juga mendapatkan penghargaan sebagai “*The Best Agency Graphic Design of The Year*” dari Pinasthika Award. Dapur tersebut terletak pada Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif.

Pada Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif terdapat perilaku komunikasi yang unik karena pada divisi tersebut melakukan komunikasi dengan anggota-anggota kelompoknya secara intens dan selalu berkerja sama dalam pemecahan masalah. Hal tersebut bertujuan untuk mencapai apa yang menjadi tujuan kelompok.

Metode yang akan digunakan pada studi ini adalah metode kualitatif. Sedangkan tipe dari penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Sumber data pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder dimana data primer diperoleh dari wawancara mendalam (*Dept interview*) terhadap informan dan data sekunder diperoleh dari dokumentasi perusahaan.

Keywords : Perilaku Komunikasi, Divisi Kreatif, Menciptakan Karya.

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG MASALAH

CV. Abankirenk Kreatif adalah perusahaan yang bergerak pada industri kreatif yang berpusat di Yogyakarta. CV. Abankirenk Kreatif berdiri sejak 15 Januari 2004. Beberapa bidang yang dikerjakan adalah fotografi, desain, *pop up*, yang fokus pada pembuatan buku tahunan. Namun, juga terdapat beberapa produk lain seperti foto *wedding*, foto pre *wedding*, foto *company profile*, *pop up card*, *merchandise*, dan lain-lain.

Sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang ekonomi kreatif selayaknya CV. Abankirenk Kreatif juga memiliki karyawan-karyawan yang memiliki kreatifitas pula. Kreatifitas dalam hal berpikir, bertindak serta berperilaku. Jika dari masing-masing pribadi memiliki kepribadian yang kreatif maka akan memiliki manfaat yang positif juga bagi perusahaan. Selain itu, dengan adanya perilaku kreatif dari masing-masing karyawan akan berguna bagi pribadi masing-masing karyawan, karena pola pikir kreatif akan bermanfaat pula setelah karyawan tersebut keluar dari perusahaan.

Mengingat dimana sebuah perusahaan kreatif yang memiliki begitu banyak karyawan yang juga memiliki pandangan masing-masing terhadap sebuah masalah. Maka setiap orang harus bisa berhubungan dan bekerja sama dengan orang lain. Salah satu cara terpenting untuk berhubungan dan bekerja sama dengan manusia adalah komunikasi. Karena itu, komunikasi merupakan

hal yang mutlak dalam hidup kita dengan orang lain. Tanpa komunikasi, kita dan orang lain tidak dapat berhubungan dan bertukar pikiran, perasaan dan kehendak.

Komunikasi berperan sangat penting dalam berjalannya sebuah perusahaan. Tanpa komunikasi, tujuan atau sasaran yang telah direncanakan tidak akan tercapai. Seseorang dengan keahlian komunikasi yang baik dapat memudahkan mereka untuk bernegosiasi dengan orang-orang tertentu yang dianggap sulit untuk diajak berbicara. Keahlian komunikasi ini wajib dimiliki oleh seseorang yang setiap hari bergelut dengan masyarakat banyak. Seperti halnya pada karyawan-karyawan yang berada di divisi kreatif, dimana mereka harus merancang, merumuskan dan menentukan sebuah konsep yang akan digunakan dalam pembuatan sebuah buku tahunan sekolah tertentu. Apabila karyawan-karyawan tersebut tidak memiliki keahlian dalam berperilaku dan berkomunikasi, maka mereka akan mendapatkan kesulitan dalam merancang, merumuskan, serta menentukan apa yang akan mereka buat.

Sikap dan perilaku dalam berkomunikasi karyawan dalam menghargai antara satu dengan yang lainnya dalam hal perbedaan pendapat ataupun gagasan mempunyai karakteristik yang unik jika ditinjau dalam penggunaan bahasa, baik verbal maupun nonverbal. Misalnya penggunaan kata-kata kasar dalam percakapan sehari-hari, ataupun pada saat *brainstorming* divisi. Serta tidak adanya batasan dalam seseorang mengungkapkan pendapat atau usulan di dalam *brainstorming* divisi. Sehingga membuat kerjasama di dalam



tim tersebut bisa berjalan dengan baik. Pada akhirnya tujuan dari tim tersebut bisa tercapai. Sebaliknya, jika pada perilaku setiap karyawan dibatasi dengan batasan-batasan tertentu. Maka setiap individu akan merasa terkekang dalam menyampaikan pendapat, sehingga beberapa pendapat yang seharusnya bisa bermanfaat malah tidak tersampaikan. Hal itu pula yang bisa menjadikan sebuah tim tidak solid karena adanya batasan yang harus dipatuhi dari masing-masing karyawan. Hingga pada akhirnya tujuan dari sebuah tim tidak bisa tercapai dengan baik.

Perilaku menghargai satu sama lain dalam hal berpendapat dan berkomunikasi juga dibahas dalam Al-Qur'an Q.S. Az-Zumar ayat 18 yang berbunyi :

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ  
اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمُ أُولُوا الْأَلْبَابِ ۗ

Ayat tersebut memiliki arti : *“yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. Mereka itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka itulah orang-orang yang mempunyai akal.”* (Q.S. Az-zumar : 18).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam berperilaku serta berkomunikasi hendaknya kita manusia selalu mencari mufakat dalam segala hal, serta dapat memutuskan mana yang baik dan mana yang kurang baik dan

tentunya dalam mencari mufakat dalam sebuah tim pasti ada beberapa pendapat ataupun gagasan yang tidak digunakan. Berkaitan dengan hal itu, orang yang berpendapat seharusnya mendahulukan kepentingan tim. Serta orang yang mengajukan pendapat dan digunakan, diharapkan dapat menghargai serta menghormati pendapat yang lain. Sehingga terciptalah perilaku komunikasi yang harmonis diantara karyawan-karyawan tersebut. Terlebih lagi, apa yang menjadi tujuan dari tim tersebut dapat tercapai.

Dengan berperilaku serta melakukan komunikasi yang baik pula, maka akan timbul *habit* atau lingkungan yang menunjang untuk kreatifitas para karyawan. Sehingga pada akhirnya bisa membuat CV. Abankirenk Kreatif sering memenangkan penghargaan pada beberapa ajang kreatif nasional, diantaranya adalah Pinasthika Award, serta beberapa ajang kreatif bergengsi lainnya. Selain itu, dengan perilaku berkomunikasi yang baik pula, CV. Abankirenk Kreatif bisa menjadi *Event Organizer* dalam hal buku tahunan terbesar di Indonesia. (<http://abankirenk.com/> Diunduh pada 24 Agustus 2016).

Berdasarkan latar belakang tersebut yang tertulis di atas, maka penelitian ini mencoba untuk mengetahui bagaimana cara karyawan CV. Abankirenk Kreatif membangun dan menjaga komunikasi agar setiap karyawan menjaga kreatifitas dari masing-masing pribadi.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : Bagaimana perilaku berkomunikasi karyawan Divisi Kreatif di CV. Abankirenk Kreatif dalam menciptakan karya?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan pada pokok permasalahan yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku komunikasi karyawan dalam Divisi Kreatif di CV. Abankirenk Kreatif dalam menciptakan karya.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Manfaat Akademik**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi penelitian komunikasi serta dapat mengembangkan kajian keilmuan tentang ilmu komunikasi khususnya pada kajian ilmu komunikasi kelompok.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan peneliti dibidang komunikasi kelompok khususnya mengenai perilaku komunikasi kelompok dalam menciptakan karya.

### b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat sebagai sarana untuk menambah wawasan masyarakat mengenai Perilaku komunikasi dan kajian komunikasi kelompok.

### c. Bagi Divisi Kreatif CV. Abankirenk kreatif

Memberikan sumbangan pemikiran bagi Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif guna menjalankan bisnis di dunia kreatif tentang bagaimana perilaku seseorang berkomunikasi dalam suatu lingkungan agar karyawan tersebut selalu memiliki kreatifitas.

## E. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian komunikasi memiliki cukup banyak penelitian yang mengkaji tentang peran perilaku komunikasi dalam meningkatkan kinerja karyawan. Beberapa hasil penelitian ini, peneliti mengambilnya sebagai referensi atau rujukan untuk melakukan penelitian ini. Harapannya agar tidak terjadi pengulangan atau kesamaan penelitian yang telah ada serta untuk

membandingkan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun rujukan yang ada adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian Aditya Nur Arifin (2009) Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta mengenai *Peran Iklim Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Produktifitas Kerja Karyawan koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama Purwokerto*.

Peneliti dalam penelitiannya ini mengkaji tentang bagaimana iklim komunikasi berperan dalam meningkatkan produktifitas dalam sebuah koperasi. Kesamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang bagaimana perilaku karyawan. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah obyek yang diteliti dari penelitian itu sendiri. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dilakukan pada CV. Abankirenk Kreatif.

2. Berdasarkan penelitian Loreno Galaxy Deo Pradana (2013) mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang. Penelitian tersebut berjudul *Pola Komunikasi Dalam Hubungan Antara Karyawan Tenancy Mall Olympic Garden Dengan Tenant*.

Penelitian tersebut mengkaji tentang suatu kondisi tertentu dalam pola komunikasi manusia sebagai makhluk sosial. Penelitian ini memberikan gambaran pola komunikasi antara karyawan *Tenancy* dengan karyawan *Tenant Mall Olympic Garden* Malang. Persamaan antara penelitian yang dilakukan peneliti dengan Loreno Galaxy Deo Pradana ini adalah sama-sama meneliti tentang bagaimana karyawan berkomunikasi dalam sebuah instansi.

Sedangkan perbedaanya terletak pada tempat dan waktu penelitian serta subyek yang diteliti.

## F. KERANGKA TEORI

### 1. Komunikasi

Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. (*DeVito*, 1997:23).

Sedangkan Craig dalam buku teori komunikasi karangan Littlejohn mengatakan komunikasi merupakan proses utama dimana kehidupan manusia dijalani. Komunikasi mendasari kenyataan. Bagaimana kita mengkomunikasikan pengalaman kita sendiri membentuk atau menyusun pengalaman kita sendiri (*Littlejohn*, 2009:9). *Harold D. Laswell* (*Liliweri*, 1991:7) yang mendefinisikan komunikasi yaitu "*who says what which channel to whom with what effect*".

Beberapa definisi tersebut, Effendy (1992:5) menyimpulkan bahwa komunikasi adalah: "proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara langsung ataupun secara lisan, maupun tak langsung melalui media". Kegiatan komunikasi sedikitnya harus terdapat tiga komponen, yaitu komunikator sebagai penyebar

pesan, pesan yang disampaikan, dan komunikan sebagai penerima pesan. Berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi sangat tergantung pada ketiga komponen tersebut.

Proses komunikasi yang diharapkan adalah adanya jalinan pengertian pada kedua belah-pihak, sehingga apa yang dikomunikasikan dapat dimengerti. (Susanto, 1974:97) mengemukakan bahwa "Setiap pesan yang dilancarkan oleh komunikator kepada komunikan bertujuan mempengaruhi ke arah pemikiran yang diinginkan komunikator" Selanjutnya Rich (Mulyana, 2004 : 3) mengatakan bahwa: "Komunikasi terjadi jika setidaknya suatu sumber membangkitkan respon pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik bentuk verbal (kata-kata) atau dalam bentuk nonverbal (non kata-kata), tanpa harus memastikan terlebih dahulu bahwa kedua pihak yang berkomunikasi punya suatu sistem simbol yang sama.

## 2. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekelompok orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling ketergantungan), mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi mempunyai peranan yang berbeda (Mulyana 2000:82).

Sedangkan pada bukunya, DeVito menerangkan bahwa komunikasi kelompok adalah sekumpulan perorangan yang relatif kecil yang masing-

masing dihubungkan oleh beberapa tujuan yang sama dan mempunyai derajat organisasi tertentu diantara mereka (*DeVito*, 1997:303). Ada empat karakteristik yang diuraikan oleh *DeVito* mengenai komunikasi kelompok kecil, yaitu :

- a. Kelompok kecil adalah sekumpulan perorangan, jumlahnya cukup kecil sehingga semua anggota bisa berkomunikasi dengan mudah sebagai pengirim maupun penerima pesan
- b. Para anggota kelompok harus dihubungkan satu sama lain melalui beberapa cara. Di dalam kelompok kecil, perilaku seorang anggota menjadi nyata bagi semua anggota lainnya
- c. Diantara anggota kelompok harus ada beberapa tujuan yang sama. Hal ini tidak berarti bahwa semua anggota harus mempunyai tujuan yang persis sama untuk menjadi anggota kelompok. Namun pada umumnya harus ada alasan yang serupa bagi perorangan itu untuk berinteraksi.
- d. Para anggota kelompok harus dihubungkan oleh beberapa aturan dan struktur yang terorganisasi. Pada saat strukturnya ketat, maka suatu kelompok akan berfungsi menurut prosedur tertentu dimana setiap komentar harus mengikuti aturan tertulis.

Umumnya kelompok mengembangkan norma atau peraturan mengenai perilaku yang diinginkan. Kadang-kadang peraturan ini dinyatakan secara *eksplisit*, seperti misalnya pada kontrak atau kebijakan perusahaan. Peraturan itu merupakan kekuatan yang mengatur perilaku para anggotanya (*DeVito*, 1997:303). Norma atau peraturan ini berlaku



bagi anggota perorangan maupun kelompok secara keseluruhan, dan tentunya akan berbeda dari satu kelompok dengan kelompok yang lain.

Menurut *Napier dan Gershenfeld* (1987) (Dalam *DeVito*, 1997:304). Para anggota kelompok akan menerima norma tersebut apabila anggota menginginkan keanggotaanya yang *continue* dalam kelompok, pentingnya keanggotaan seseorang semakin tinggi, kelompok bersifat kohesif dan para anggotanya berhubungan sangat erat terikat satu sama lain serta saling tergantung antara satu sama lain dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, pelanggaran norma akan dihukum dengan reaksi yang negatif atau dikucilkan dari kelompok.

Tujuan dari komunikasi kelompok meliputi tujuan personal dan tujuan yang berhubungan dengan pekerjaan. Tujuan personal terdiri dari hubungan sosial, penyaluran, kelompok terapi, dan belajar. Hubungan sosial menitik beratkan pada komunikasi ini dilakukan agar kita dapat bergaul dengan orang lain. Tujuannya adalah memperkuat hubungan *interpersonal* dan menaikkan kesejahteraan. Tujuan penyaluran adalah bisa dilakukan dalam suasana yang mendukung dengan adanya pertukaran pikiran atau dalam diskusi suatu keluarga.

Keterbukaan diri sangat dibutuhkan. Tujuan ini juga cenderung memfokuskan komunikasi kepada masalah *personal* daripada hubungan *interpersonal*. Kelompok terapi ini juga bertujuan untuk terapi, biasa digunakan untuk membantu orang dalam menghilangkan sikap-sikap buruk yang ada pada mereka, atau tingkah laku dalam beberapa aspek

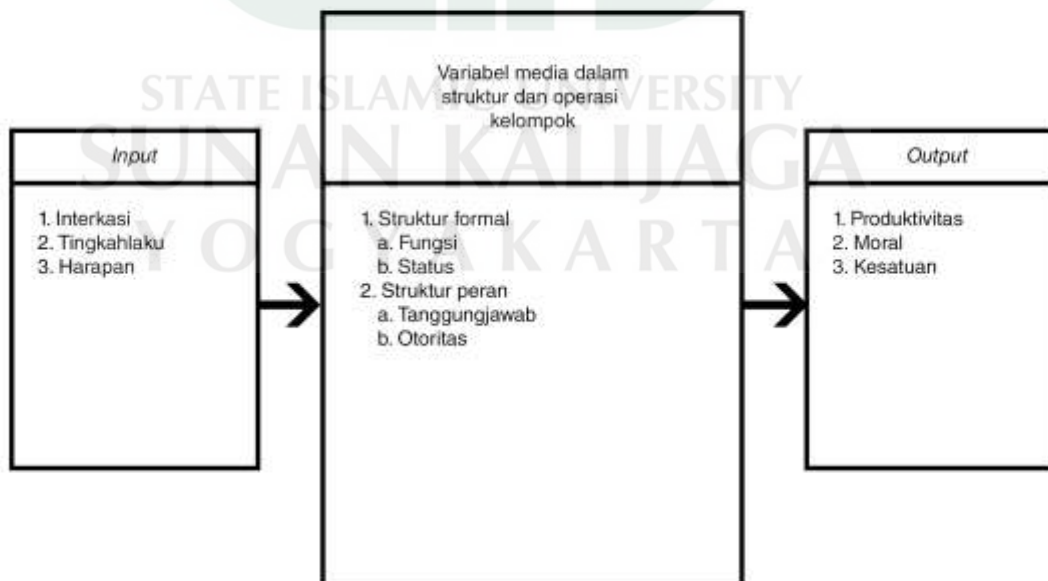
kehidupan mereka. Tujuan untuk belajar digunakan oleh seseorang untuk belajar dari orang lain. Belajar terjadi dalam bermacam-macam *setting* dan paling biasa dalam kelas.

Tujuan yang berhubungan dengan pekerjaan terdiri dari pembuatan keputusan dan suatu pemecahan masalah. Pembuatan keputusan berhubungan dengan orang-orang yang berkumpul bersama dalam kelompok untuk membuat suatu keputusan mengenai sesuatu. Apabila seseorang berpartisipasi dalam pembuatan keputusan, mereka lebih suka menerima hasil kerjanya dan melakukannya dengan baik. Sedangkan bagi pemecahan masalah, kelompok adalah cara yang terbaik dalam memecahkan suatu masalah, sehingga dapat pula menyempurnakan hubungan yang kurang baik.

### 3. Teori Prestasi / Produktivitas Kelompok (*Group Achievement Theory*)

Gambar 1

Konsep dan Prosedur Teori Prestasi Kelompok



Sumber : Teori-Teori Psikologi Sosial, Santoso, 2010:213

Teori teori ini dikemukakan oleh Stogdill. Oleh Stogdill teori ini disusun sebagai berikut :

a. Dasar Penyusunan Teori

Dasar penyusunan teori ini adalah (a) teori-teori belajar, sebagai orientasi penguat; (b) teori-teori interaksi , sebagai orientasio lapangan; (c) Teori-teori harapan, sebagai orientasi kognitif.

b. Konsep dan Prosedur Teori Prestasi Kelompok

Pada gambar 1, telah dijelaskan melalui gambar bagaimana konsep dan prosedur teori prestasi kelompok tersebut. Kelompok adalah sistem hubungan yang terbuka dimana pada setiap anggota kelompok mempunyai tingkah laku yang saling mempengaruhi satu sama lain dan dimana tingkah laku anggota bertujuan untuk mencapai tujuan kelompok yakni prestasi kelompok (Santoso 2010, 213).

1. *Input*

*Input* ini adalah segala sesuatu yang berasal dari masing-masing anggota sebagai masukan dan *input* ini terdiri dari :

a. Interaksi Sosial

Yakni tingkah laku masing-masing anggota kelompok yang berupa tingkah laku aksi dan reaksi yang saling mempengaruhi.

b. Tingkah Laku

Yakni segala aktifitas dari setiap anggota kelompok yang merupakan bagian dari interaksi sosial.

c. Harapan

Yakni kesediaan setiap anggota kelompok untuk mendapatkan penguat, yang berupa fungsi dorongan, perkiraan hasil yang menyenangkan atau tidak dan perkiraan tentang kemungkinan hasil-hasil tersebut benar-benar terjadi.

2. Variabel Media Dalam Struktur dan Operasi Kelompok

a. Struktur Formal

Yang dimaksud dalam kegiatan kelompok adalah pada setiap anggota kelompok berbuat sesuai dengan tingkah laku, harapan, dan interaksi mereka masing-masing sesuai dengan prinsip untuk mencapai tujuan. Misal, si A sebagai pemain belakang, si B pemain tengah dan si C pemain depan. Dalam struktur formal ini meliputi fungsi dan status.

b. Struktur Peran

Yang dimaksud adalah perkiraan tentang tingkah laku yang diharapkan pada setiap anggota kelompok dalam posisi tertentu, dihubungkan dengan sifat pribadi anggota kelompok yang bersangkutan. Misal si B yang diberikan posisi sebagai pemain tengah karena kuat berlari dan mempunyai ketahanan fisik serta

kemampuan prestasi tinggi. Dalam peran tersebut tercakup dua hal pokok yaitu tanggung jawab dan otoritas

### 3. Prestasi Kelompok / *Output*

Yang dimaksud adalah segala efektifitas kelompok dalam mencapai tujuan dalam arti luas. Oleh karena itu, prestasi kelompok meliputi produktifitas, moral kerja, serta kesatuan kelompok (Santoso. 2010, 215-216).

#### a. Produktifitas

Yakni derajat perubahan harapan tentang nilai-nilai yang dihasilkan oleh tingkah laku kelompok, baik ke arah nilai positif maupun negatif. Misal si A, si B, si C, semakin giat berlatih dan dapat menciptakan tim kerja yang baik atau kompak bagi kesebelasan.

#### b. Moral Kelompok

Yang dimaksud adalah kebebasan setiap individu pada anggota kelompok untuk bertindak, berinteraksi, menguatkan harapan dan menunjukkan tingkah laku yang mengarah pada tujuan kelompok. Misalnya setiap pemain suatu kesebelasan saling berinisiatif dalam tingkah laku, saling menunjang, saling mendorong, dan saling kompak agar kesebelasan menjadi kuat.

Moral kelompok yang baik terdapat pada kelompok yang mempunyai struktur yang baik, dalam arti posisi, status, fungsi,

tingkah laku, harapan, tanggung jawab, dan otoritas pada setiap anggota kelompok yang jelas.

c. Kesatuan Kelompok

Kesatuan kelompok adalah tingkat kemampuan kelompok untuk mempertahankan struktur dan mekanisme operasional pada setiap anggota kelompok dalam kondisi yang optimal. Misal, setiap anggota kelompok tampak puas, saling menyukai satu sama lain, saling mendukung, saling percaya, dan kerjasama serta menyukai pimpinan kelompok.

4. Karya

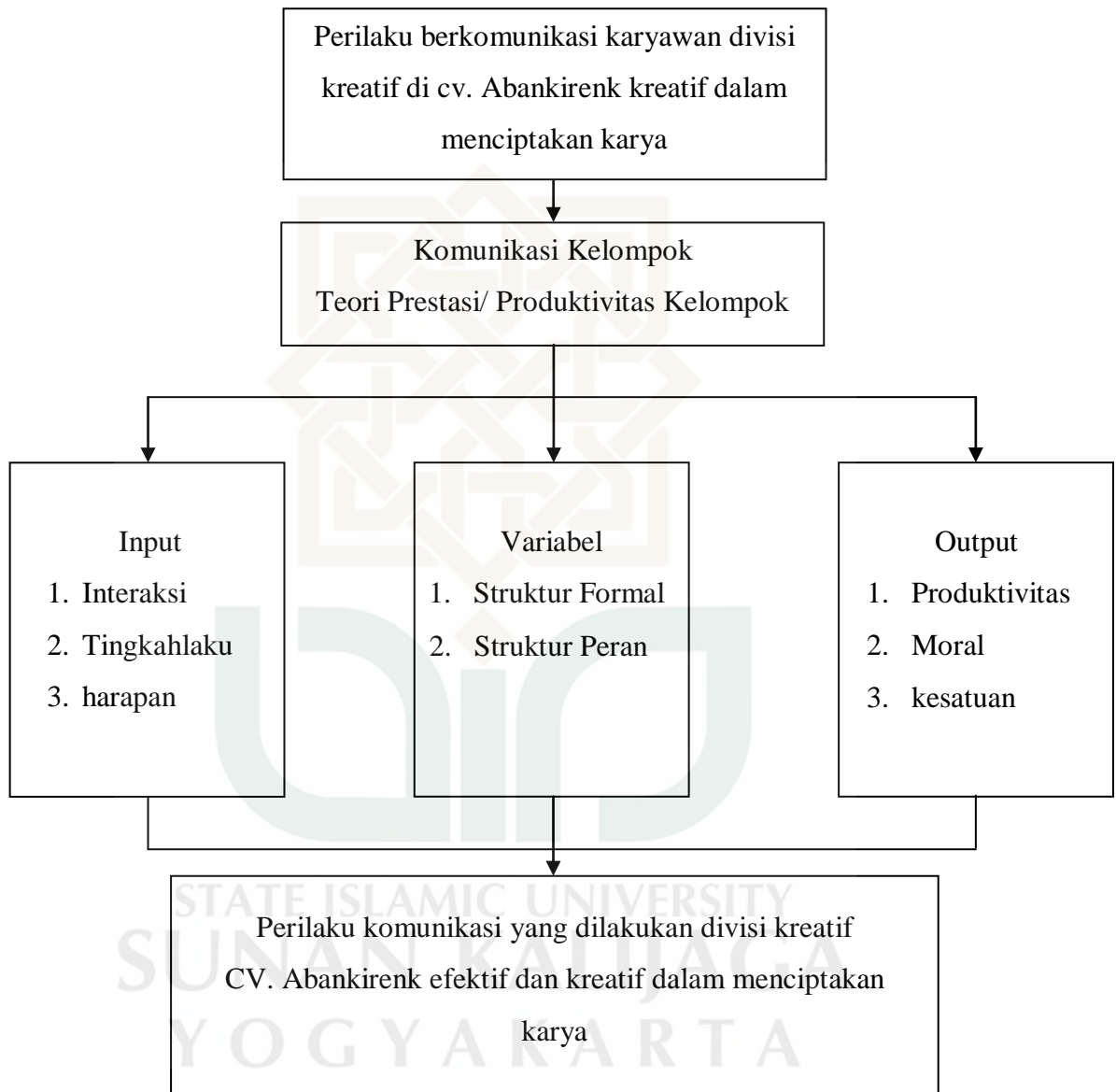
Tertulis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, karya adalah sebagai 1. pekerjaan; 2. hasil perbuatan; buatan; ciptaan (terutama hasil karangan). Karya yang dimaksud oleh peneliti adalah konsep yang akan direalisasikan menjadi sebuah buku tahunan yang akan ditawarkan kepada sekolah-sekolah yang ada di Indonesia. Konsep tersebut terdiri dari konsep *cover* buku, *layout* buku, ornamen buku, serta *packaging* buku itu sendiri.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## G. KERANGKA PEMIKIRAN

Gambar 2

Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti

## **H. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Peneliti dalam meneliti ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif dapat didefinisikan sebagai “penelitian yang bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta-fakta atau karakteristik populasi atau bidang tertentu, baik berupa keadaan, permasalahan, sikap, pendapat, kondisi, prosedur, atau sistem secara faktual dan cermat” (Soewadji, 2003:25). Pernyataan lain penelitian deskriptif disebut sebagai penelitian yang bertujuan untuk “membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu” (Kriyantono, 2006: 69).

Peneliti memahami bahwa penelitian deskriptif merupakan suatu gambaran atau lukisan secara sistematis yang bermaksud untuk membuat deskripsi mengenai situasi-situasi dan kejadian-kejadian yang diamati, dalam konteks ini, peneliti menjelaskan bagaimana sebuah Instansi CV. Abankirenk Kreatif menjaga kreatifitas para karyawan yang ada didalamnya.

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah divisi kreatif dari CV. Abankirenk Kreatif. Objek dari penelitian ini adalah Studi deskriptif kualitatif dari perilaku komunikasi karyawan di dalam instansi tersebut.



Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*).

### **3. Jenis data**

Penelitian ini mengambil jenis data primer dan data sekunder, data tersebut adalah sebagai berikut :

#### **a. Primer**

Data yang diperoleh langsung oleh peneliti, yaitu dari hasil wawancara dengan informan serta dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan masalah penelitian.

#### **b. Sekunder**

Data yang diperoleh dengan cara mengutip dari sumber lain yang bertujuan untuk melengkapi data internal, seperti : literatur, dokumentasi perusahaan serta sumber tertulis lainnya.

### **4. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data (Kriyantono, 2007 :93).

Ada beberapa teknik atau metode pengumpulan data yang biasanya dilakukan oleh peneliti. Adapun metode dari pengumpulan data penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

#### **a. Wawancara Mendalam (*Dept Interview*)**

Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data (Kriyantono, 2006:118). Dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data yang mendukung penelitian seperti foto-foto kegiatan yang dilakukan untuk menjaga perilaku kreatif karyawan.

c. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data-data dan teori dalam penelitian ini, maka peneliti memanfaatkan berbagai macam data dan teori yang dikumpulkan melalui berbagai pustaka guna melengkapi data yang berhubungan dengan topik penelitian.

## 5. Metode Analisis Data

Tahap analisis data memegang peranan penting dalam riset kualitatif, yaitu sebagai faktor utama penilaian berkualitas atau tidaknya riset. Artinya kemampuan peneliti memberi makna kepada data merupakan kunci apakah data yang diperoleh memenuhi unsur reabilitas dan validitas data kualitatif terletak pada diri peneliti sebagai instrumen riset (Kriyantono, 2006: 194).

Metode analisis data yang akan digunakan adalah analisis model *Milles* dan *Hebermen* (Moleong, 2002: 248). Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa analisis data meliputi tiga alur kegiatan, yaitu :

- a. Reduksi data, merupakan proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan dan membuang data yang tidak perlu serta

mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi.

- b. Penyajian data ini merupakan seluruh data di lapangan yang berupa hasil wawancara dan dokumentasi akan dianalisis sesuai dengan teori-teori yang telah dipaparkan sebelumnya sehingga dapat memunculkan deskripsi tentang fenomena yang terjadi dalam menjaga perilaku kreatif karyawan.
- c. Penarikan kesimpulan adalah kegiatan penggambaran secara utuh dari objek yang diteliti pada proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam suatu bentuk yang pas dengan penyajian data melalui informasi tersebut, peneliti dapat memaparkan kesimpulan dari sudut pandang peneliti untuk lebih mempertegas penulisan skripsi ini.

## **6. Metode Keabsahan Data**

Validitas data dalam penelitian komunikasi kualitatif lebih menunjukkan pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh telah secara akurat mewakili realitas atau gejala yang diteliti (Pawito, 2008 : 97). Data yang merupakan hal-hal yang berkenaan dengan penelitian yang menggunakan beragam sumber data, seperti mengumpulkan data dari kelompok, lokasi atau waktu yang berbeda-beda sesuai dengan fakta autentik yang ada di lapangan.

Uji validitas data yang digunakan adalah triangulasi sumber data dimana peneliti meminta pertimbangan pihak lain atas isu yang sedang diteliti. Metode triangulasi dengan sumber yakni membandingkan data yang didapatkan oleh peneliti melalui sumber lain seperti dokumen yang didapatkan oleh peneliti melalui hasil observasi dan hasil wawancara dengan sumber yang berasal dari informan yang akan diteliti. Triangulasi data adalah membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Moleong, 2005:178).

Jenis triangulasi yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu Triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya, membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara; membandingkan apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan pribadi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan peneliti diatas bisa ditarik beberapa kesimpulan tentang bagaimana perilaku komunikasi yang terjadi pada CV. Abankirenk Kreatif dalam menciptakan sebuah karya. Antara lain :

1. Sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kreatif, CV. Abankirenk Kreatif tentu memiliki sebuah divisi yang berkaitan dengan dunia kreatif. Tahun 2011 dibentuk divisi kreatif, dimana divisi tersebut menangani pengerjaan terkait dengan hal-hal kreatif yang akan ditawarkan kepada konsumen atau klien. Guna mencapai tujuannya, Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif harus memiliki tim yang solid. Salah satu syarat agar tercipta tim yang solid adalah dengan perilaku suatu komunikasi. Perilaku komunikasi yang baik akan mempermudah divisi tersebut dalam memecahkan masalah-masalah yang dihadapi. Dengan begitu, apa yang menjadi tujuan divisi bisa tercapai.
2. Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif pada saat melakukan komunikasinya mereka menggunakan berbagai cara agar dapat memperoleh hasil yang maksimal. Untuk itu, Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif haruslah melalui tahapan-tahapan, yaitu *input*, variabel, dan *output*. *Input* meliputi interaksi sosial, *performance* atau tingkah laku, dan harapan. Sedangkan variabel meliputi struktur formal

serta struktur peran. Dan *output* meliputi produktifitas, moral, dan integrasi atau bisa disebut juga kesatuan kelompok. Tahapan-tahapan itulah yang harus dilewati Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif agar apa yang menjadi tujuan kelompok tersebut bisa tercapai.

3. Perusahaan kreatif ini memiliki divisi kreatif yang solid. Hal itu dibuktikan dari kerja tim yang baik. Komunikasi yang terjalin diantara anggota-anggota pada kelompok terjalin dengan baik pula. Itulah yang membuat CV. Abankirenk Kreatif terus bisa berkembang hingga saat ini.
4. Divisi kreatif juga memegang peranan penting dalam mendapatkan konsumen atau klien. Klien yang didapat oleh CV. Abankirenk Kreatif tidak hanya berasal dari daerah Yogyakarta, namun juga berasal dari beberapa kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Bandung dan bahkan ada yang dari luar pulau Jawa, seperti Sumatra dan Kalimantan. Dengan konsep buku tahunan yang baik maka akan meningkatkan penjualan perusahaan. Konsep yang baik didapat dari komunikasi yang baik pula.
5. Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif dibentuk pada tahun 2011 dan masih berjalan hingga saat ini. Dibentuknya divisi ini karena diharapkan bisa menciptakan konsep-konsep buku tahunan sekolah yang eksklusif serta konsep yang bisa mencerminkan dari sekolah-sekolah yang ditangani. Karena CV. Abankirenk Kreatif percaya tiap sekolah pasti memiliki karakteristiknya masing-masing.

6. Melakukan komunikasi dalam sebuah kelompok harus bisa beradaptasi dengan perkembangan yang ada. Oleh karena itu, komunikasi yang terjalin harus efektif, *intens*, dan selalu berorientasikan pada kelompok. Jika tidak maka akan terjadi suatu konflik yang akan mengganggu perkembangan kelompok tersebut. Sehingga pada akhirnya apa yang menjadi tujuan kelompok juga akan ikut tersendat. Tidak ada sebuah kelompok yang tidak menghadapi masalah. Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif menghadapi masalah dengan menjaga komunikasi antar anggota agar tetap *intens* dan terbuka. Selain itu setiap hari jum'at mereka mengadakan pertemuan yang diberi nama "Forum *Eat*". Dimana forum tersebut menjadi wadah untuk berbagi (*sharing*) mengenai ide-ide dalam pembuatan konsep sampai membahas tentang masalah-masalah yang dihadapi dan bagaimana menyelesaikannya.
7. Forum *Eat* dilaksanakan tiap hari jum'at dan dilaksanakan di tempat yang berpindah-pindah. Fungsinya agar tidak timbul kejenuhan dari anggota-anggota divisi. Peserta dari forum *Eat* adalah anggota Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif yang kemudian dipandu oleh ketua divisi tersebut. Dalam forum tersebut akan membahas tentang bagaimana menciptakan ide-ide baru, konsep-konsep baru, serta referensi-referensi baru yang kemudian akan digunakan dalam penawaran kepada klien.
8. Selain forum *Eat*, anggota Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif sering melakukan *sharing* ringan antar anggota. Fungsinya agar masalah-masalah kecil yang bersifat *urgent* bisa diselesaikan dengan cepat tanpa harus

menunggu Forum *Eat* dilaksanakan. Selain itu, *sharing* yang dilakukan anggota diluar Forum *Eat* juga bisa berfungsi untuk meningkatkan intensitas dan *chemistry* berkomunikasi dari setiap anggota.

## **B. SARAN**

1. Komunikasi merupakan kunci dalam pencapaian sebuah tujuan. Tanpa adanya komunikasi, apa yang menjadi tujuan seseorang ataupun kelompok akan terhambat bahkan tidak tercapai sama sekali. Oleh karena itu, hendaknya Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif selalu menjaga dan memelihara komunikasi antar anggota ataupun dengan divisi-divisi yang lain.
2. Forum formal yang diadakan untuk Divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif hanyalah Forum *Eat*. Forum tersebut diadakan sekali dalam seminggu. Dalam forum tersebut membahas masalah-masalah yang sedang dihadapi oleh divisi kreatif, serta *sharing* bagaimana menciptakan ide-ide baru untuk membuat konsep. Karena waktu yang dimiliki sangat terbatas dan bahasan yang terdapat pada Forum *Eat* sangat banyak, alangkah lebih baik forum-forum yang bersifat formal lebih sering diadakan lagi serta dibuat lebih fokus dalam setiap pertemuan.



## **Daftar Pustaka**

### **Al-Qur'an**

Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahannya, Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012

### **Buku**

Mulyana. Dedi, 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung : Rosda

DeVito. Joseph A, 1997. *Komunikasi Antar Manusia (Edisi 5)*. Jakarta : Professional Books

Hutagalung, Inge (2015), *Teori-Teori Komunikasi Dalam Pengaruh Psikologi*. Jakarta, Penerbit Indeks

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Surabaya : Kencana.

LitleJohn. Stephen W, 2009. *Teori Komunikasi (Theory of Human Communication)*. Jakarta : Salemba

Maryati & Suryawati, 2003. *Sosiologi I*. Jakarta: Erlangga.

Munandar, S.C.U.(2002). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta : PT Rineka Cipta.

Moloeng, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta.

Rakhmat, Jalaluddin, (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Santoso. Slamet, 2010. *Teori-Teori Psikologi Sosial*, Bandung : PT. Refika Aditama.

Soewadji, Jusuf, 2003. *Penelitian Komunikasi*, Jakarta. Universitas Nasional.

Tahir, Arifin, 2012. *Perilaku Organisasi*, Yogyakarta. Deepublish.

### **Skripsi**

Skripsi Satya Tegar Ady Prabowo (2010) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dengan judul *Hubungan Perilaku Inovatif dengan Organizational Citizen Behavior pada Karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah di Yogyakarta*.

Skripsi Loreno Galaxy Deo Pradana (2013) mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang. Penelitian tersebut berjudul *Pola Komunikasi Dalam Hubungan Antara Karyawan Tenancy Mall Olympic Garden Dengan Tenant*.

### **Internet**

<http://digilib.uinsuka.ac.id/13090/1/BAB%20I,%20IV,%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>.

2013/10/26/pengertian-kreatif-dan-inovatif 604069.html.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) versi online/daring (dalam jaringan).

<http://kbbi.web.id/kreatif>. diunduh pukul 03.20 WIB 2 Juli 2015

<http://tafsirq.com/39-az-zumar/ayat-18#diskusi>



# LAMPIRAN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## INTERVIEW GUIDE

### A. Wawancara ke Manager Divisi Kreatif Abankirenk

1. Kapan dibentuknya divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif?
2. Bagaimana struktur organisasi divisi ini ?
3. Apa saja tugas divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif ?
4. Bagaimana visi dan misi divisi ini ?
5. Apa saja yang dilaksanakan oleh Kreatif CV. Abankirenk Kreatif ?
6. Ada berapa orang karyawan yang berada di divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif ?
7. Bagaimana cara mengelola perilaku komunikasi antar karyawan ?
8. Bagaimana komunikasi verbal yang digunakan oleh divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif ?
9. Bagaimana komunikasi non verbal yang digunakan oleh divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif ?
10. Apa motif yang melatari perilaku komunikasi divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif ?
11. Adakah hubungan antara perilaku komunikasi karyawan dengan proses penciptaan sebuah karya ?
12. Seberapa Penting peran perilaku komunikasi dalam membuat sebuah karya?
13. Seberapa sering para karyawan dalam melakukan komunikasi dengan karyawan yang lainya?
14. Adakah batasan-batasan dalam berperilaku komunikasi karyawan?

15. Seberapa efektifkah perilaku komunikasi yang diterapkan oleh para karyawan divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif?
16. Dalam berperilaku komunikasi, adakah hambatan-hambatan atau kendala-kendala yang dialami?
17. Bagaimana cara mengatasi hambatan-hambatan atau kendala-kendal tersebut?
18. Apa manfaat yang dirasakan ketika para karyawan melakukan komunikasi dengan baik?
19. Hal-hal apa saja yang mempengaruhi perilaku komunikasi karyawan baik faktor internal maupun eksternal didalam divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif?

**B. Wawancara dengan karyawan divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif**

1. Adakah hubungan antara perilaku komunikasi karyawan dengan proses penciptaan sebuah karya ?
2. Seberapa Penting peran perilaku komunikasi dalam membuat sebuah karya?
3. Seberapa sering para karyawan dalam melakukan komunikasi dengan karyawan yang lainnya?
4. Adakah batasan-batasan dalam berperilaku komunikasi karyawan?
5. Seberapa efektifkah perilaku komunikasi yang diterapkan oleh para karyawan divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif?
6. Dalam berperilaku komunikasi, adakah hambatan-hambatan atau kendala-kendala yang dialami?

7. Bagaimana cara mengatasi hambatan-hambatan atau kendala-kendal tersebut?
8. Apa manfaat yang dirasakan ketika para karyawan melakukan komunikasi dengan baik?
9. Hal-hal apa saja yang mempengaruhi perilaku komunikasi karyawan baik faktor internal maupun eksternal didalam divisi Kreatif CV. Abankirenk Kreatif?

# CURRICULUM VITAE

## 1. Identitas Diri :

Nama Lengkap : Misbahul Munir  
Tempat/Tgl. Lahir : Tenggara, 08 Oktober 1992  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Jl. A.M Sangaji, no. 34, Kamp. Baru, Tenggara,  
kutai Kartanegara, kalimantan Timur  
Alamat Jogja : Jl. Apel, no. 34, Kamp. Leles, Condongcatur,  
Depok, Sleman, Yogyakarta  
No. HP : 5641844384 / 087843123417  
Kesehatan : Baik  
Tinggi / Berat : 170 cm / 68 kg  
Email : misbahelmoenir1@gmail.com

## 2. Riwayat Pendidikan :

- UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Jurusan Ilmu Komunikasi (*Advertising*) semester VIII
- SMA N 1 Imogiri , Lulus tahun 2010 (Berijazah)
- SMP N 2 Dlingo, Lulus tahun 2007 (Berijazah)
- Madrasah Ibtida'iyah Ma'arif Kediwung, Lulus tahun 2004 (Berijazah)

### 3. Pengalaman Organisasi :

- 2008 Panitia napak tilas sejarah dan penghijauan SMA N 1 Imogiri
- 2009 Anggota OSIS SMA Negeri 2 Wonogiri
- 2009 Youth Forum Kab. Bantul
- 2010 Divisi Artistik UKM Jemaah Cinema Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- 2012 Panitia Nonton Bareng Bioskop Kalijaga UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai Seksi Acara
- 2012 Panitia *Ikom On Vacations* sebagai PUBDEKDOK (Bersertifikat).
- 2013 Panitia *Fresh Without Trash* sebagai seksi Acara.
- 2014 Divisi dokumentasi komunitas Smile For Chlidren Yogyakarta
- 2015 Divisi dokumentasi komunitas Anak Semesta yogyakarta

### 4. Sertifikat dan Pelatihan

• 2011 Pelatihan Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT)	<b>Bersertifikat</b>
• 2011 Workshop <i>Public Speaking Swaragama Training Center</i> sebagai peserta	<b>Bersertifikat</b>
• 2011 Apresiasi Film Finalis Festival TVRI Jogja 2010 sebagai peserta	<b>Bersertifikat</b>
• 2011 <i>Workshop Jurnalistik</i> “Melihat Dunia dengan Pena” sebagai peserta	<b>Bersertifikat</b>
• 2013 Animangation yang diadakan Japan Foundation dan HICCA Animation Studio	<b>Bersertifikat</b>
• 2013 Praktek Kerja Komunikasi di Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	<b>Bersertifikat</b>