

**KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN
MOTIVASI KERJA KARYAWAN DI PT POTARA PILAR
KREASI (POTARA STUDIO)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

NADIA ISTIKOMATUZ ZULFA

NIM. 224110102235

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**

2026

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia Istikomatz Zulfa
NIM : 224110102235
Jenjang : Strata 1 (S1)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab, saya menyatakan bahwa naskah skripsi yang saya susun dengan judul "*Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan di PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio)*" merupakan karya tulis ilmiah yang saya hasilkan secara mandiri melalui proses penelitian yang sungguh-sungguh, jujur, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Seluruh isi dan substansi dalam skripsi ini merupakan hasil pemikiran, analisis, serta temuan saya sendiri yang diperoleh melalui proses pengumpulan dan pengolahan data secara langsung di lapangan. Skripsi ini tidak mengandung unsur penjiplakan, pengandaan, ataupun pengutipan karya orang lain secara tidak sah yang dapat dikategorikan sebagai tindakan plagiarisme dalam bentuk apa pun.

Adapun apabila dalam penyusunan skripsi ini terdapat gagasan, pendapat, teori, maupun data yang bersumber dari pemikiran atau karya pihak lain, maka hal tersebut telah saya tuangkan secara jelas melalui catatan kaki (footnote) sebagaimana ketentuan penulisan karya ilmiah yang berlaku. Seluruh rujukan tersebut juga telah saya cantumkan secara lengkap dan sistematis dalam daftar pustaka sesuai pedoman akademik UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan atas dasar kesadaran pribadi, tanpa ada tekanan dari pihak mana pun. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar atau ditemukan pelanggaran atas keaslian karya ilmiah ini, saya bersedia menerima segala konsekuensi akademik yang ditetapkan oleh pihak kampus, termasuk pencabutan gelar yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 5 April 2026
Yang membuat pernyataan,



Nadia Istikomatz Zulfa

NIM. 224110102235

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.dakwah.uinsaiwu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI
KERJA KARYAWAN DI PT POTARA PILAR KREASI (POTARA
STUDIO)**

Disusun oleh:

Nama : Nadia Istikomatzulfa
NIM : 224110102235
Jenjang : Sarjana Strata Satu
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah diujikan pada tanggal 14 April 2026 pada sidang Dewan Penguji Skripsi dan dinyatakan diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Purwokerto, 21 April 2026

Ketua Sidang / Pembimbing,

Sekretaris Sidang / Penguji,

Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom.
NIP. 19870525 201801 1 001

Turhamun, M.S.I.
NIP. 19870202 201903 1 011

Penguji Utama,

Dr. Ahmad Muttaqin, M.Si.
NIP. 19791115 200801 1 018



Mengetahui,
Dekan

Dr. Muskimul Fuad, M.Ag.
NIP. 19741226 200003 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH DAN SAINTEK
Alamat : Jalan MT. Haryono, Kelurahan Karangsentul, Kecamatan Padamara, Kabupaten
Purbalingga, Jawa Tengah 53372

REKOMENDASI MUNAQOSYAH

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Yang bertandatangan di bawah ini, dosen pembimbing skripsi atas nama mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Nadia Istikomatz Zulfa
NIM : 224110102235
Jurusan / Prodi : MKI/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Angkatan : 2022
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA DI PT POTARA PILAR KREASI (POTARA STUDIO)

Menerangkan bahwa skripsi saudara tersebut di atas sudah siap untuk dimunaqosyahkan setelah memenuhi syarat - syarat akademik yang telah ditetapkan. Demikian rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Purwokerto, 30 Maret 2026

Mengetahui,
Ketua Jurusan
MKI

Pembimbing



Uus Uswatusholihah, M.A
NIP. 197703042003122001

Asep Amaludin, M.Si
NIP. 198607172019031008

Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan di PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio)

Nadia Istikomatz Zulfa
224110102235

ABSTRAK

Komunikasi organisasi memiliki peran dalam meningkatkan motivasi dan produktivitas karyawan, termasuk di industri kreatif yang sangat bergantung pada kolaborasi dan koordinasi intensif. PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio), sebuah agensi desain di Purwokerto yang tengah mengalami pertumbuhan pesat, menghadapi berbagai dinamika komunikasi internal seperti pembagian tugas yang belum sepenuhnya terstruktur, kendala koordinasi saat *remote work*, serta kesalahpahaman dalam penyampaian pesan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana komunikasi organisasi diterapkan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di Potara Studio. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Pemilihan informan melibatkan founder, karyawan inti, dan informan pendukung.

Hasil penelitian menunjukkan *downward communication* berjalan secara sistematis melalui *daily check-in*, *briefing*, evaluasi, SOP, kontrak kerja, dan sesi *one-on-one* yang membantu memperjelas tugas serta mendorong tindakan kerja yang konkret. Sementara itu, komunikasi horizontal mendukung terciptanya lingkungan kerja yang kolaboratif, terbuka, dan nyaman. Meskipun secara keseluruhan karyawan menilai komunikasi organisasi sudah berjalan baik, masih terdapat tantangan pada komunikasi ke atas (*upward communication*) terkait inisiatif penyampaian pendapat dan potensi kesalahpahaman pesan. Kesimpulannya, komunikasi organisasi di Potara Studio berkontribusi menjaga motivasi kerja tim.

Kata kunci: komunikasi organisasi, motivasi kerja, industri kreatif, Potara Studio.

**Organizational Communication in Improving Employee Work Motivation
at PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio)**

Nadia Istikomatus Zulfa
224110102235

ABSTRACT

Organizational communication plays a meaningful role in shaping employee motivation and productivity, particularly in creative industries where collaboration and coordination are central to daily operations. PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio), a design agency in Purwokerto currently undergoing rapid growth, has encountered a range of internal communication challenges, including inconsistent task distribution, coordination difficulties during remote work, and occasional misunderstandings in message delivery. This study aims to examine how organizational communication is applied to improve employee work motivation at Potara Studio. A qualitative descriptive approach was employed, with data gathered through in-depth interviews, observation, and documentation. Informants were selected purposively and included the founders, core employees, and supporting participants.

The findings reveal that downward communication operates in a structured manner through daily check-ins, briefings, performance evaluations, standard operating procedures, work contracts, and one-on-one sessions, all of which help clarify responsibilities and encourage concrete action. Horizontal communication, meanwhile, supports a work environment that feels open, collaborative, and comfortable for the team. While employees generally view the organization's communication practices positively, some challenges persist, particularly in upward communication, where staff initiative in voicing opinions remains limited and message misinterpretation occasionally occurs. Overall, organizational communication at Potara Studio contributes meaningfully to sustaining team motivation and cohesion.

Keywords: organizational communication, work motivation, creative industry, Potara Studio.

MOTTO

“Thoughts become things”
-**Mike Dooley**



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur ke hadirat Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan perjalanan panjang dalam meraih gelar sarjana ini. Proses yang dilalui tidaklah singkat, namun membawa kebahagiaan dan makna tersendiri. Sebagai ungkapan rasa syukur tersebut, karya ini penulis persembahkan kepada orang-orang terkasih yang memiliki peran penting dalam kehidupan penulis.

1. Kepada kedua orang tua tercinta, Ibu Indri dan Bapak Yasroch yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan tanpa henti. Hingga akhirnya, penulis dapat menyelesaikan studi tepat waktu.
2. Kepada saudara yang juga kakak penulis, Mba Rina dan Mba Eni yang senantiasa memberi dorongan dan menjadi tempat berbagi.
3. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, Bapak Asep Amaludin atas bimbingan, kesabaran, waktu yang dicurahkan dan ilmu yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Dakwah yang telah membagikan ilmu, pengalaman, serta dorongan semangat selama masa perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan studi di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, peneliti memanjatkan puji ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penelitian skripsi yang berjudul “Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Potara Studio” dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari masa kegelapan menuju masa yang penuh cahaya dan petunjuk. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dalam proses penyelesaiannya, peneliti menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta arahan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Dr. Muskinul Fuad, M.Ag.
3. Wakil Dekan I Fakultas Dakwah, Dr. Ahmad Muttaqin, M.Si.
4. Wakil Dekan II Fakultas Dakwah, Dr. Alief Budiyono, M.Pd.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Asep Amaludin, M.Si.
6. Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam, Uus Uswatusolihah, S.Ag., M.A.
7. Sekretaris Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom., beserta seluruh dosen, karyawan, dan civitas akademika UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dosen Pembimbing Akademik, Nurul Khotimah, M.Sos.
9. Informan, Mochamad Hakim, Anggayudha, Alif Ghibran. Gema Eka, David Satria, Nanda Widya, Muhammad Alfin, dan Tiaraasyifa.
10. Partner dan motivator, Hakim yang selalu hadir memberikan dukungan, perhatian, dan motivasi di setiap langkah penulis selama berkuliah hingga skripsi.

11. Kepada teman-teman Aw Aw, Intan, Vina, Lyra, Ayu, Naya, Bintang, dan Sinta. Yang selalu memberikan dukungan moril dan materil sebagai sahabat. Menemani diwaktu sedih dan senang, serta menjadi rumah kedua yang bisa diandalkan selama merantau dan jauh dari keluarga.
12. Teman seperjuangan dari SMA, Dina dan Sylvi telah kebersamai penulis sejak duduk dibangku sekolah hingga saat ini, mendengarkan keluh kesah dan memberikan pelajaran hidup tentang pertemanan.
13. Terima kasih Leni, teman KKN atas kebersamaan, bantuan, dan semangat yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan dan bermakna.
14. Segenap teman-teman KPI F Angkatan 2022 yang sudah menjadi bagian perjalanan selama berkuliah di UIN Saizu.
15. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini, meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu. Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki berbagai kekurangan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pembaca maupun bagi penulis sendiri. Aamiin ya rabbal 'alamin.

Purwokerto, 24 Maret 2026



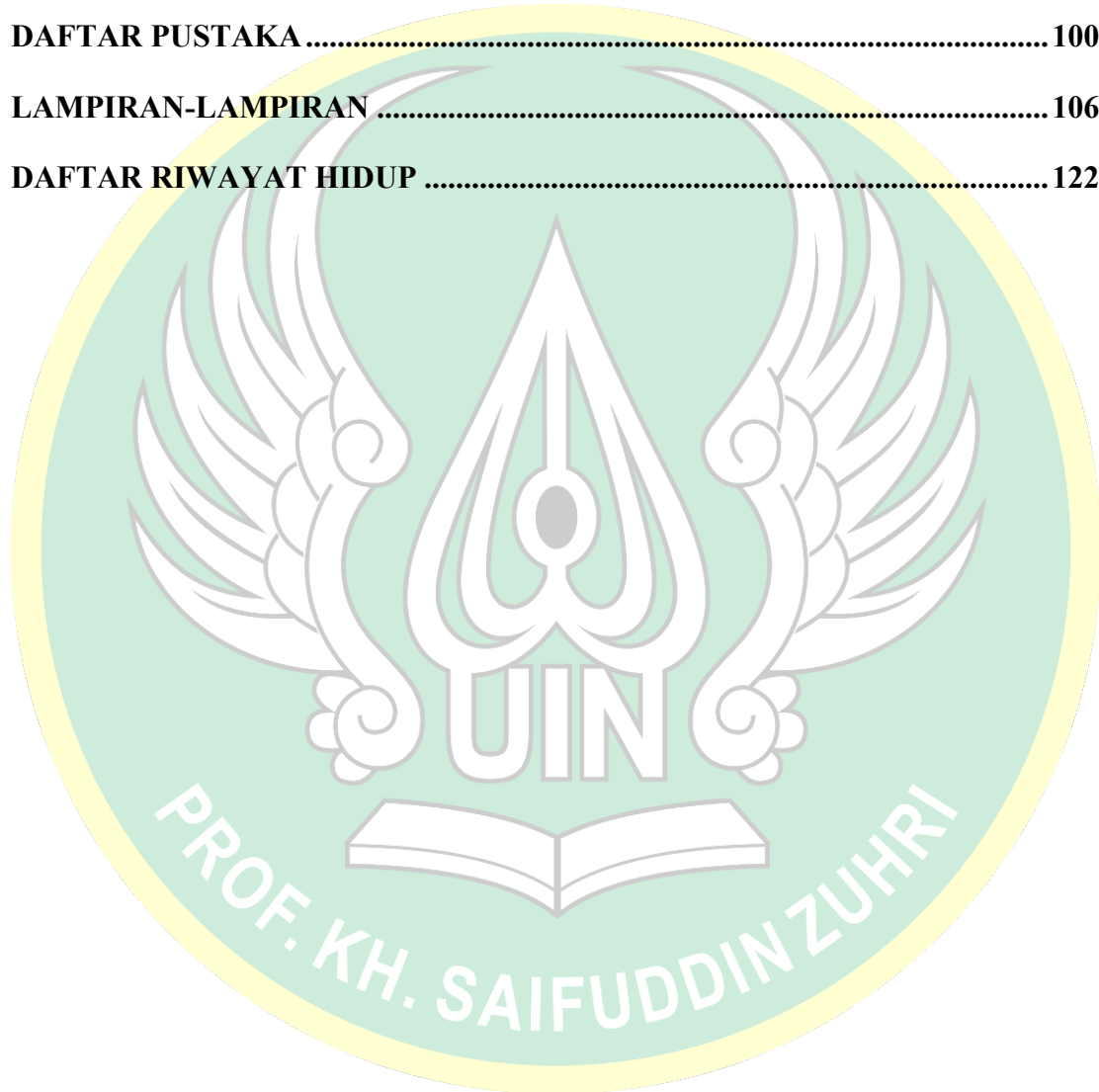
Nadia Istikomatz Zulfa
NIM. 224110102235

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	11
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	14
F. Kajian Pustaka	14
G. Sistematika Pembahasan	22
BAB II LANDASAN TEORI	24
A. Komunikasi Organisasi	24
1. Pengertian Komunikasi Organisasi	24
2. Bentuk-bentuk Komunikasi Organisasi	24

3. Teori Komunikasi Organisasi	27
B. Motivasi Kerja	32
1. Pengertian Motivasi Kerja	32
2. Teori Motivasi Kerja	33
C. Keterkaitan Teori Komunikasi Organisasi W. Charles Redding & George A. Sanborn dengan Teori Motivasi Herzberg	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian	40
C. Sumber Data Penelitian	41
D. Subjek dan Objek Penelitian	41
1. Subjek Penelitian	41
2. Objek Penelitian	41
E. Teknik Penentuan Informan	41
F. Teknik Pengumpulan Data	42
1. Wawancara	42
2. Observasi	42
3. Dokumentasi	43
G. Teknik Analisis Data	43
1. Tahap Pengumpulan Data	43
2. Reduksi Data	43
3. Display Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Profil PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio) Purwokerto	46
B. Struktur Organisasi	49
C. Profil Informan Penelitian	51
D. Komunikasi Organisasi di Potara Studio	59
E. Motivasi Kerja Pada Karyawan Potara Studio	69

F. Peranan Komunikasi Organisasi Perusahaan Potara Studio dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan	72
G.Hambatan Komunikasi Pada Potara Studio	93
BAB V PENUTUP.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN	106
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	122



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Alif Ghibran Imawan.....	51
Gambar 2: Mochamad Hakim Haiman	52
Gambar 3: Angga Yudha Okta Pratama.....	54
Gambar 4: Gema Eka Saputri.....	55
Gambar 5: David Satria	56
Gambar 6: Nanda Widya	57
Gambar 7: Tiaraasyifa Arsanda.....	58
Gambar 8: Muhammad Alfin	58
Gambar 9: Kendala dan pendapat selama proses kerja.	63
Gambar 10: Games bersama tim.....	64
Gambar 11: Kegiatan retro speak.....	66
Gambar 12: Aktivitas bermain game.....	68
Gambar 13: Proses pendampingan	74
Gambar 14: Aturan report dan sanksi	75
Gambar 15: Sesi presentasi setelah penyelesaian proyek	76
Gambar 16: Momen townhall.....	78
Gambar 17: Momen outing.....	78
Gambar 18: Suasana kolaborasi.....	79
Gambar 19: SOP perusahaan Potara Studio	82
Gambar 20: Sanksi absensi	82
Gambar 21: Rapat rutin setiap pagi selama 30 menit.....	83
Gambar 22: briefing awal proyek	83
Gambar 23: instruksi tugas setiap karyawan.....	84
Gambar 24: : Karyawan bermain PS5	86
Gambar 25: Penghargaan untuk karyawan terbaik	87
Gambar 26: Daily check-in dilakukan setiap hari.....	89
Gambar 27: Nanda Widya meminta	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Daftar Perbandingan Studio Desain di Purwokerto.....	8
Tabel 2: Daftar Perbandingan Studio Desain di Purwokerto.....	8
Tabel 3: Badan Direksi Potara Studio	49
Tabel 4: Bagan Organisasi Karyawan Potara Studio.....	51



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan proses penting dalam menyampaikan informasi, seperti ide, pesan, maupun gagasan kepada individu lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui bentuk lisan atau tulisan¹. Terlebih di era modern saat ini, kebutuhan akan informasi kian meningkat dan hanya dapat dipenuhi melalui aktivitas komunikasi yang efektif, baik verbal maupun nonverbal. Komunikasi hanya dapat berlangsung apabila pihak-pihak yang terlibat memiliki kesamaan kepentingan dan pemahaman atas topik yang dibahas. Selain itu, komunikasi juga menjadi sarana untuk menyampaikan gagasan, pendapat, maupun informasi yang dianggap relevan dalam kehidupan sosial².

Dalam proses komunikasi, sering kali terjadi umpan balik secara langsung antara penyampai pesan dan penerima pesan. Artinya, pihak yang menyampaikan informasi bisa segera mengetahui reaksi atau tanggapan dari lawan bicaranya pada saat itu juga. Seorang komunikator diharuskan memilih dan menggunakan tutur kata yang santun dan tepat³. Pada konteks organisasi, komunikasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan organisasi. Organisasi tidak bisa berfungsi tanpa komunikasi. Setiap proses manajerial, perencanaan, pengambilan keputusan, koordinasi, evaluasi, semuanya bertumpu pada komunikasi. Artinya, ketika komunikasi terganggu, seluruh sistem organisasi ikut terganggu. Efektivitas dan keberhasilan suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi yang

¹ Alifia Ramadhani, "Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi dan Semangat Kerja Karyawan Toyota Perintis" (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2022), 1.

² Muya Syaroh Iwanda Lubis, "Komunikasi Antarpribadi Guru dan Siswa dalam Mencegah Kenakalan Remaja", *Jurnal Network Media* 3, no.1 (2020): 6.

³ Desi Damayani Pohan dan Ulfi Sayyidatul Fitria, "JENIS JENIS KOMUNIKASI", *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* 2, no.3 (2021): 3.

terjalin di dalamnya. Tanpa komunikasi yang baik, fungsi organisasi tidak akan berjalan optimal, yang pada akhirnya menghambat capaian tujuan⁴.

Menurut Liliweri, komunikasi organisasi merupakan kumpulan simbol yang merepresentasikan identitas suatu organisasi, yang dapat berbentuk kata-kata, gagasan, maupun struktur tertentu. Simbol-simbol tersebut berperan dalam mendorong, menegaskan, menyesuaikan, serta menjalankan berbagai aktivitas organisasi dalam konteks tertentu. Dengan demikian, komunikasi organisasi dapat dipahami sebagai penerapan pengetahuan yang digunakan untuk membangun dan memperkuat hubungan, baik di dalam lingkungan organisasi maupun dengan pihak di luar organisasi. Salah satu manfaat penting dari komunikasi organisasi adalah sebagai wadah bagi anggota untuk menyampaikan kritik, saran, maupun keluhan kepada pimpinan. Melalui proses komunikasi yang terbuka, setiap pihak dapat saling memahami dan melakukan perbaikan terhadap hal-hal yang perlu dibenahi demi menciptakan lingkungan kerja yang nyaman⁵.

Perencanaan adalah salah satu metode awal bagaimana komunikasi diterapkan agar lingkungan kerja dan pegawai nyaman menjadi dasar penting yang menentukan arah perusahaan. Jika diibaratkan sebuah rumah, perencanaan berfungsi sebagai pondasi yang membuat bangunan berdiri kokoh. Secara umum, perencanaan dapat dimaknai sebagai proses persiapan yang dilakukan secara sadar dan sistematis untuk menyusun kebijakan yang konsisten guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁶ Perusahaan memerlukan strategi komunikasi untuk menghasilkan suatu program atau kegiatan dapat berkembang dan terus berlanjut secara berkesinambungan. Tujuan strategi komunikasi terbagi menjadi 5, yakni memberitahu, memotivasi, mendidik, penyebaran informasi, serta mendukung dan membuat keputusan. Kegiatan tersebut membutuhkan tindakan nyata dari

⁴ Bela Safitri dan Nendi Sahrul Mujahid, "Komunikasi Efektif dalam Organisasi", *Cendekia Inovatif dan Berbudaya: Jurnal Sosial dan Humaniora* 1, no.3 (2024): 11.

⁵ Mohamad Muspawi et.al., "Konsep Dasar Komunikasi Organisasi," *Jurnal Serunai Administrasi Pendidikan*, 12, no.2 (2023): 60 – 62.

⁶ Athik Hidayatullah Ummah et.al., *Komunikasi Koorperat Teori dan Praktis* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), 108.

pemimpin untuk memberikan arahan dan perintah yang harus dilakukan kepada setiap anggota agar setiap strategi memiliki tujuan dan hasil yang sama untuk keberlangsungan organisasi⁷. Di perusahaan sendiri peran pemimpin tidak hanya terbatas pada pengambilan keputusan, tetapi juga sebagai penggerak komunikasi di dalam struktur organisasi⁸. Seorang pemimpin diwajibkan memiliki kemampuan komunikasi yang baik agar mampu mendorong keterlibatan aktif dari anggota yang dipimpinnya (aliran komunikasi vertikal). Di sisi lain, setiap anggota juga perlu memiliki kecakapan dalam berkomunikasi, baik melalui cara verbal maupun nonverbal, guna menjaga kelancaran interaksi di lingkungan kerja (aliran komunikasi horizontal). Kemudian karyawan, yang merupakan bagian penting dari organisasi perusahaan, berperan sebagai tenaga penggerak dalam mewujudkan rencana, memanfaatkan modal, dan mengoperasikan teknologi untuk mencapai tujuan. Mereka bukan sekadar alat produksi, melainkan individu yang kompleks dan berinteraksi dalam dinamika kelompok⁹.

Penelitian oleh McKinsey Global Institute menunjukkan bahwa karyawan menghabiskan rata-rata 37% waktu kerja untuk berkomunikasi dan berkoordinasi, dan kualitas komunikasi ini berkorelasi langsung dengan produktivitas tim. Lebih lanjut, Gallup's State of the Global Workplace Report 2023 mengungkapkan bahwa hanya 23% karyawan merasa terlibat secara penuh dalam pekerjaan mereka, dan faktor utama adalah kurangnya dukungan emosional, finansial, dan komunikasi yang efektif dari kepemimpinan organisasi¹⁰. Fenomena ini menyatakan bahwa komunikasi organisasi bukan lagi elemen pendukung, melainkan fondasi yang

⁷ Sumper Mulia Harahap et.al., *Strategi Komunikasi Organisasi* (Jakarta: PRENEDA, 2022): 65.

⁸ Farhan Yanuar Hardiyanto dan Tri Yulistyarani, "STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA DI PT TIRTA INVESTAMA (DC KAWASAN)," *Dohara Publisher Open Access Journal* 1, no.1 (2022) : 1.

⁹ Dhita Hafizha Asri dan Ratih Angraini, "Peran Keterlibatan Karyawan Terhadap Kinerja Organisasi yang Dimediasi oleh Manajemen Pengetahuan: Studi Kasus pada Perusahaan Jasa Industri Pariwisata di Kota Batam," *Jurnal Ilmiah Universitas Muhamadiyah Buton* 8, no.2 (2022): 22.

¹⁰ Suriyanto, "Quiet Quitting: Fenomena Baru dan Implikasinya terhadap Keterlibatan Karyawan di Era Pascapandemi," *Journal Economic Resource* 9, no.1 (2025): 2.

menentukan keberhasilan strategi sumber daya manusia, termasuk dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan.

Di Indonesia, persoalan komunikasi organisasi menghadapi tantangan yang semakin beragam. Hal ini tidak terlepas dari komposisi tenaga kerja yang kini terdiri atas berbagai generasi dengan latar belakang budaya, pola pikir, serta harapan kerja yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut sering kali memengaruhi cara berinteraksi, menyampaikan pesan, maupun menafsirkan informasi di lingkungan kerja. Data dari LinkedIn Workforce Confidence Index menunjukkan bahwa komunikasi yang kurang efektif menjadi salah satu faktor yang memicu stres kerja di kalangan karyawan Indonesia. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian internal Kementerian Ketenagakerjaan pada tahun 2022 yang menyebutkan bahwa komunikasi yang tidak berjalan dengan baik menyumbang sekitar 18% dari total keluhan karyawan terhadap perusahaan.

Situasi tersebut menjadi semakin kompleks dengan budaya kerja di Indonesia yang memasuki fase pembaharuan lintas generasi dari nilai-nilai hierarkis yang telah lama mengakar dan kebutuhan akan pola kerja yang lebih kolaboratif sebagaimana dituntut oleh organisasi modern. Perusahaan di Indonesia diwajibkan untuk mampu menyesuaikan diri dengan dinamika tersebut, menjaga efektivitas operasional, serta tetap mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas di tengah persaingan tenaga kerja yang semakin kompetitif¹¹.

Pada perusahaan yang bergerak di bidang kreatif jasa desain dan produk, memiliki karakteristik yang menjadikan komunikasi organisasi sebagai aspek yang sangat penting. Industri ini umumnya dijalankan melalui sistem kerja berbasis tim, dengan tenggat waktu yang relatif ketat serta kebutuhan koordinasi yang intensif antara tim kreatif dan bagian pendukung lainnya. Kondisi tersebut menuntut adanya komunikasi yang jelas, cepat, dan terarah agar setiap proses kerja dapat berjalan

¹¹ "Culture Compass Sebagai Alat Baca dalam Memahami Budaya Kerja: Indonesia VS Asean," Universitas Negeri Gorontalo, diakses pada 3 Maret, 2025, <https://feb.ung.ac.id/home/berita/culture-compass-sebagai-alat-baca-dalam-memahami-budaya-kerja-indonesia-vs-asean>

sesuai rencana. Data dari Asosiasi Desain Grafis Indonesia (ADGI) menunjukkan bahwa jumlah studio desain di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 34% dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Angka tersebut mencerminkan pertumbuhan yang cukup signifikan, namun sekaligus menunjukkan persaingan yang semakin kompetitif. Dalam situasi seperti ini, kemampuan menjaga kualitas komunikasi perusahaan menjadi penting. Mengingat industri kreatif sangat bergantung pada ide, kolaborasi, dan sinergi tim, hambatan komunikasi dapat berpengaruh langsung terhadap kualitas hasil kerja, tingkat kepuasan klien, serta keberlangsungan perusahaan secara keseluruhan.

Kotler dan Keller menjelaskan bahwa ketika karyawan memiliki kinerja yang baik, otomatis produktivitas perusahaan akan meningkat. Hal ini membantu perusahaan agar tetap kuat menghadapi persaingan di dunia usaha. Namun, jika karyawan tidak memiliki dorongan atau motivasi kerja yang cukup, maka performa dapat menurun dan memengaruhi hasil kerja secara keseluruhan serta keberlangsungan organisasi. Rasa tanggungjawab tinggi dibentuk oleh lingkungan yang baik, apabila komunikasi interlanya buruk, semangat saat bekerja dan keinginan memberikan yang terbaik untuk perusahaan dapat menurun¹². Dengan demikian, perlu dilakukan komunikasi melalui penyampaian tujuan yang jelas sedari awal.

Kajian mengenai komunikasi organisasi dalam konteks industri kreatif dengan tenaga kerja mayoritas Gen Z, khususnya studio desain masih sangat terbatas dalam literatur komunikasi organisasi di Indonesia. Sebagian besar penelitian yang ada berfokus pada sektor manufaktur, perhotelan, atau jasa konvensional, sehingga belum merepresentasikan karakteristik unik industri kreatif yang sangat bergantung pada kolaborasi, kreativitas tim, dan koordinasi lintas peran. Selain itu, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Gen Z menyumbang sebesar angka pencari kerja 70% di Indonesia dengan menghadirkan dinamika komunikasi

¹² Agus Riyanto, "Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Yayasan Muslin Asia Jakarta Timur Masa Pandemi Covid-19 "(Skripsi, STIE Muhammadiyah Jakarta, 2021): 11.

yang berbeda secara substantif dibandingkan generasi sebelumnya, termasuk preferensi terhadap komunikasi digital, keterbukaan, kebutuhan akan transparansi informasi, *supportivitas*, sensitivitas terhadap pola komunikasi hierarkis, dan keseimbangan antara kehidupan dan kerja (*work life balance*). Karakteristik ini belum banyak diangkat sebagai variabel konteks dalam penelitian komunikasi organisasi di tingkat lokal, menjadikan Potara Studio sebagai objek yang relevan sekaligus langka untuk dikaji secara akademik.

Di Purwokerto, industri kreatif mulai berkembang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Salah satunya studio desain atau agensi digital. Persaingan di bidang ini juga semakin ketat, terlebih karena jasa desain tidak hanya bersaing secara lokal, tetapi langsung bersentuhan dengan pasar nasional hingga internasional. Dalam situasi seperti ini, setiap studio dituntut untuk memiliki strategi mempertahankan perusahaan, cara yang bisa dilakukan yakni memperkuat koneksi, menambah portfolio, dan memaksimalkan kualitas layanan. Tentunya, kegiatan tersebut tidak terlepas dari komunikasi. Melalui keterlibatan komunikasi yang baik organisasi dapat menjaga semangat kerja, loyalitas tim, membangun kerja sama, dan membuat setiap anggota merasa dihargai.

Data dari berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi organisasi sangat penting untuk motivasi kerja, survey membuktikan 72,2% keberhasilan hubungan komunikasi kuat dalam organisasi berdampak positif pada motivasi kerja pada CV Kusuma Net pada tahun 2024¹³. Kedua, tahun 2020 penelitian mengenai kinerja karyawan di Hotel Ghendika Setia Budi Medhan menunjukkan keberhasilan sebesar 73,3%¹⁴, dan terakhir 86,2% hasil penelitian di PT. Lautan Teduh Interniaga Bandar Lampung tahun 2020 menyatakan bahwa

¹³ Muhammad Rizki Cahyono, "Analisis Pengaruh Motivasi Kerja Dan Komunikasi Dalam Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan," *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi* 3, no. 4 (2024): 22, <https://doi.org/10.21776/jki.2024.03.4.16>.

¹⁴ Antonius Wilson Sembiring dan Arifin Sugianto, "Peran Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di Hotel Grandhikan Setia Budi Medan." *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 1, no.3 (2021): 14.

komunikasi organisasi yang diterapkan memberikan dampak positif dalam produktivitas¹⁵.

Dari data tersebut, beberapa perusahaan berusaha menjalin komunikasi yang baik dengan karyawannya, bahkan menetapkan peraturan yang konkrit bagaimana percakapan, lingkungan kerja, dan keberlangsungan internal. Suatu organisasi dapat dinyatakan gagal jika komunikasi antaranggota berjalan buruk. Komunikasi yang tidak memberikan kejelasan tugas dan tanggung jawab, pada akhirnya akan menurunkan semangat bekerja anggota dalam melaksanakan tugas¹⁶. Dilansir dari buku *organizational communication ethics* karya W. Charles Redding, salah satu etika dasar komunikasi organisasi yang perlu diterapkan adalah memahami pesan atau peristiwa komunikasi apa yang dianggap tidak etis oleh pihak lain¹⁷. Pemikiran tersebut, mendukung adanya perhatian terhadap komunikasi yang digunakan dan disampaikan dalam organisasi guna meningkatkan produktivitas karyawan yang menjadi fokus oleh salah satu perusahaan lokal yang ada di Purwokerto. PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio) yang merupakan perusahaan bergerak di bidang layanan jasa desain. Sebagai Design Agency yang didirikan pada tahun 2023 dengan visi misi sebagai konsultan bisnis digital kreatif dengan talenta lokal. Melalui tagline “We Growth Together” dengan arti berkembang bersama baik dari segi pelayanan, klien, dan perusahaan itu sendiri. Potara Studio memiliki tujuan untuk kepuasan dari mitra sekaligus keberhasilan manajemen organisasi internal mereka. Dibandingkan dengan beberapa agensi lain di wilayah yang sama, Potara Studio memiliki keunikan tersendiri seperti pada strategi yang diterapkan selama dua tahun terakhir. Tabel berikut menggambarkan

¹⁵ Marindo Firdaus dan Lukmanul Hakim, “Pengaruh Komunikasi Organisasi, Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Lautan Teduh Interniaga Bandar Lampung,” *Jurnal IBI Darmajaya* 2, no 5 (2020): 11.

¹⁶ Widiyaneta Fandy Ridhaillahi dan Dian Lestari Miharja, “Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Dinas Pariwisata Provinsi NTB” (Skripsi, Universitas Mataram, 2021), 2–3.

¹⁷ Jason S.Wrench and Narissra Punyamunt Carter, *Introduction to Organizational Communication* (Creative Common, 2012), 92,

perbandingan singkat antara Potara Studio dan beberapa agensi serupa di Purwokerto:

Tabel 1: Daftar Perbandingan Studio Desain di Purwokerto

Agensi	Tahun Berdiri	Jumlah Karyawan dan Project Selesai	Keunggulan
Callour Studio	2021	14/100+	Memudahkan komunikasi karena karyawan masuk ke kantor selama 5 hari kerja dengan sistem offline
Fikri Studio	2018	31/96+	Design Agency senior di Purwokerto diantara yang lain dengan jumlah karyawan yang besar, Fikri Studio memiliki banyak pengalaman dari sisi teknis maupun manajerial tim serta kesempatan bekerja selama 5 hari di kantor
Sans Brother	2021	8/150+	Sudah berdiri sejak lama, lebih memahami cara mengatasi tantangan dan penghambat yang ada dengan jumlah karyawan yang terbilang sedikit dan menggunakan sistem kerja remote

Tabel 1.2: Daftar Perbandingan Studio Desain di Purwokerto

Sans Brother	2021	8/150+	Sudah berdiri sejak lama, lebih memahami cara mengatasi tantangan dan penghambat yang ada dengan jumlah karyawan yang terbilang sedikit dan menggunakan sistem kerja remote
Potara Studio	2023	13/80+	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki banyak peluang kerja bagi generasi zaman sekarang seperti magang, <i>parttime</i>, <i>fulltime</i>, dan <i>remote</i>. - Studio baru di tahun 2023 dengan banyaknya pesaing yang sudah lama muncul dengan tipe yang sama namun Potara berhasil menyusul dari segi pekerja yang selalu bertambah menandakan

			<p>adanya peningkatan produktivitas karyawan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selain proyek klien, Potara juga mengembangkan produk atau inisiatif mandiri seperti konten edukasi di social media, sharing kegiatan, diskusi terbuka secara umum yang diberi nama Omakase Insight (tempat berdiskusi untuk siapapun). Ini menunjukkan bahwa motivasi tim tidak hanya digerakkan oleh proyek eksternal, tapi juga internal value dengan membagikan pengalaman berkualitas sebagai agency design. - Meskipun jumlah karyawan sudah cukup banyak, Potara mampu scale up dengan model kolaborasi freelance, part time, dan remote selama 5 hari kerja yang dibagi dua, yakni 2 hari <i>remote</i> dan 3 hari <i>onsite</i> - Mendukung perkembangan karyawan yang ingin mengikuti pelatihan karir dan akan dibiayai 100% sampai dengan selesai.
--	--	--	--

Pada tabel diatas terlihat bahwa meskipun Potara Studio memiliki jumlah karyawan yang terus bertambah selama 2 tahun belakangan, agensi ini tetap mampu menghasilkan proyek-proyek yang totalnya hampir sama dengan perusahaan sejenis dari tahun 2018. Hal ini tidak terlepas dari strategi komunikasi organisasi yang diterapkan secara terstruktur dan efektif di dalam lingkungan kerja yang adaptif dan berbasis kolaborasi digital. Keunikan lain dari Potara Studio yang menjadi daya tarik penelitian ini adalah dominasi para karyawan yang merupakan Gen Z yang menuntut perusahaan untuk mengikuti budaya dan cara berkomunikasi generasi tersebut.

Berdasarkan observasi awal, peneliti menemukan bahwa Potara kerap kali melakukan perekrutan setiap tiga hingga enam bulan sekali dalam satu tahun melalui kanal media sosialnya serta penyelesaian proyek yang hampir mencapai

100 dalam 2 tahun terakhir. Meskipun pertumbuhan perusahaan yang pesat, Potara Studio menghadapi tantangan komunikasi yang seringkali dijumpai pada perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang cukup pesat, ditemukan rendahnya tingkat disiplin jam masuk kantor, pembagian *job desk* yang kurang terorganisir antara rekan kerja, dan kendala komunikasi saat *remote work* sehingga menurunkan performa, keterbatasan mekanisme feedback terstruktur dari karyawan, dan kesalahpahaman dalam menangkap pesan dari manajer dan tim sehingga menimbulkan keterlambatan dalam penyelesaian tugas. Disamping itu, tenaga kerja yang didominasi oleh generasi muda (Gen Z) dengan karakteristik *digital-native* menghadirkan dinamika tersendiri dalam praktik komunikasi di lingkungan kerja.

Generasi muda juga memiliki harapan yang lebih besar terhadap keterbukaan informasi, supportivitas, serta ruang untuk menyampaikan pendapat. Apabila ekspektasi tersebut tidak selaras dengan praktik komunikasi yang diterapkan perusahaan, maka akan berpotensi menimbulkan ketidaksesuaian pemahaman di antara anggota organisasi. Kondisi ini memicu pada tingkat kenyamanan dan motivasi kerja karyawan dalam menjalankan tugasnya.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat adanya dinamika yang menarik antara pertumbuhan Potara Studio yang cukup signifikan dengan karyawan generasi Z dan kendala komunikasi yang muncul sebagai perusahaan rintisan. Di satu sisi, perusahaan mampu meningkatkan jumlah karyawan dan proyek dalam waktu relatif singkat. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara komunikasi organisasi yang menekankan efektivitas, keterbukaan, dan koordinasi dengan realitas praktik di lapangan.

Fenomena tersebut menjadi penting untuk diteliti lebih mendalam, mengingat komunikasi organisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam membangun motivasi kerja, loyalitas, serta keberlanjutan perusahaan. Peneliti juga menemukan, terkait penelitian pada bidang kreatif terutama studio desain jarang ditemui. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk menganalisis bagaimana komunikasi

organisasi diterapkan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio), serta bagaimana komunikasi tersebut mampu mengatasi berbagai hambatan yang muncul.

B. Penegasan Istilah

1. Komunikasi Organisasi

Dalam penelitian ini, komunikasi organisasi dimaknai sebagai seluruh proses pertukaran informasi yang berlangsung di dalam lingkungan kerja Potara Studio, baik secara lisan maupun tertulis. Komunikasi ini tidak hanya berupa instruksi formal dari atasan, tetapi juga interaksi spontan yang terjadi antar anggota tim saat mengerjakan proyek. Setiap bentuk penyampaian pesan, mulai dari *briefing*, diskusi singkat di aplikasi, sampai evaluasi hasil, dimasukkan ke dalam pemahaman komunikasi organisasi. Istilah ini digunakan untuk melihat bagaimana aliran pesan di dalam studio bisa mempengaruhi kenyamanan dan efektivitas kerja. Fokus penelitian menyoroti komunikasi dengan pihak internal yang terbentuk di antara para karyawan. Dengan demikian, komunikasi organisasi diposisikan sebagai pondasi penting dalam proses kerja.

Cakupan komunikasi organisasi yang diteliti difokuskan pada aliran pesan vertikal dan horizontal yang terjadi di perusahaan, termasuk bagaimana karyawan menerima arahan dan memberikan umpan balik. Pola komunikasi yang terbentuk dari interaksi sehari-hari, baik melalui meeting rutin maupun koordinasi cepat di platform digital, menjadi bagian yang diperhatikan secara khusus. Peneliti juga menyoroti tingkat keterbukaan, kejelasan instruksi, dan bagaimana hambatan komunikasi dapat mempengaruhi proses kerja dan semangat tim.

2. Motivasi Kerja

Motivasi kerja dalam penelitian ini merujuk pada dorongan yang membuat karyawan Potara Studio tetap bersemangat, merasa dihargai, dan berusaha menunjukkan performa terbaik dalam setiap tugasnya. Dorongan

tersebut dapat muncul dari dalam diri, seperti keinginan untuk berkembang, maupun dari luar, seperti apresiasi atau umpan balik positif dari atasan. Istilah ini digunakan untuk memahami bagaimana suasana komunikasi dan interaksi dalam tim bisa mempengaruhi kondisi psikologis karyawan. Dalam *agency design*, motivasi berkaitan erat dengan *mood*, ritme kerja, dan rasa puas ketika sudah menyelesaikan pekerjaan.

Cakupan motivasi kerja yang dikaji lebih menyoroti bagaimana komunikasi dapat menghidupkan dorongan intrinsik maupun ekstrinsik dari para karyawan. Misalnya, bagaimana kejelasan arahan dapat mengurangi kebingungan, atau bagaimana *feedback* yang baik mampu meningkatkan rasa percaya diri. Faktor-faktor seperti kenyamanan suasana kerja, hubungan antar rekan, dan pola koordinasi juga ikut mempengaruhi motivasi tim di perusahaan. Apabila karyawan mendapatkan semangat kerjanya, maka organisasi dapat mencapai tujuan mereka lebih cepat.

3. Potara Studio

Potara Studio merupakan kreatif agensi yang bergerak di bidang jasa. Studio ini memiliki struktur tim yang berjumlah 13 orang, dengan tim yang sedikit interaksi dan komunikasi antar anggota berlangsung lebih intens dan memengaruhi alur kerja lebih cepat. Lingkungan kerja Potara Studio salah satu contoh organisasi berskala kecil yang memiliki strategi komunikasi tersendiri. Penelitian tidak memperluas konteks ke perusahaan lain agar hasil analisis tetap fokus pada karakteristik yang ada.

Penelitian di Potara Studio mencakup inti perusahaan, seperti proses komunikasi, dari arahan yang diberikan pemimpin dan manajer, komunikasi karyawan ke atasan, evaluasi kinerja, diskusi, cara karyawan berkoordinasi, serta budaya kerja/iklim organisasi yang memengaruhi motivasi. Termasuk ruang lingkup pada komunikasi yang terjadi dalam keseharian tim saat bekerja dan bagaimana interaksi tersebut dapat mempengaruhi terhadap performa kerja. Dengan batasan ini, Potara Studio menjadi subjek penelitian yang

memberikan gambaran tentang hubungan antara komunikasi organisasi dan motivasi kerja dalam suatu perusahaan.

Berdasarkan batasan tersebut, Potara Studio sebagai organisasi berskala kecil dengan pola kerja yang kolaboratif dapat dipahami melalui pendekatan teori komunikasi organisasi dari W. Charles Redding dan Sanborn. Keduanya menempatkan komunikasi sebagai alur pertukaran pesan yang membentuk keteraturan kerja sekaligus memengaruhi suasana serta efektivitas organisasi. Dalam konteks ini, interaksi antara pimpinan dan karyawan, proses penyampaian arahan, diskusi tim, hingga koordinasi harian tidak sekadar dipandang sebagai aktivitas rutin, melainkan sebagai sistem yang menentukan bagaimana pekerjaan dijalankan dan bagaimana motivasi terbentuk. Dengan demikian, teori tersebut menjadi landasan analitis untuk melihat sejauh mana pola komunikasi yang berkembang di Potara Studio berkontribusi terhadap semangat kerja dan keberlangsungan organisasi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana komunikasi organisasi di PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio) berperan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peranan komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio). Melalui kajian ini, peneliti ingin mengidentifikasi bentuk komunikasi yang digunakan dalam hubungan kerja antara atasan dan bawahan dan para pekerja, strategi yang digunakan, serta bagaimana komunikasi tersebut memengaruhi semangat, produktivitas, dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Penelitian juga bertujuan untuk mengeksplorasi hambatan-hambatan yang muncul dalam proses komunikasi. Dengan menganalisis fenomena tersebut, peneliti berharap dapat memperoleh gambaran utuh tentang hubungan antara pola komunikasi di sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan bersama organisasi.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai konsep komunikasi organisasi yang berkaitan dengan peningkatan motivasi kerja, khususnya pada perusahaan rintisan berbasis industri kreatif seperti PT Potara Pilar Kreasi. Hasil studi ini dapat menjadi referensi ilmiah bagi pengembangan teori-teori komunikasi yang berfokus pada hubungan antara struktur organisasi, gaya kepemimpinan, dan keterlibatan karyawan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap literatur akademik yang membahas dinamika interaksi seluruh karyawan dan stakeholder dalam konteks generasi muda yang mendominasi lingkungan kerja masa kini.

2. Manfaat Praktis

- a. Akademis, hasil dari penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan kontribusi pada pengembangan kajian akademik dan penulis, terutama pada bidang studi komunikasi internal organisasi pada era modern.
- b. Perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan Potara Studio dalam menciptakan serta menjaga pola komunikasi yang lebih terbuka dan efisien antar departemen dan pemimpin, menyusun komunikasi internal yang lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Sehingga mempercepat proses kerja, meningkatkan motivasi, dan loyalitas karyawan kedepannya.
- c. Peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sumber acuan dalam penyusunan karya ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi organisasi dan motivasi kerja di industri kreatif atau *Start Up*.

F. Kajian Pustaka

Untuk menghindari terjadinya plagiat dan kesamaan dalam penulisan, maka penulis menguraikan beberapa hasil penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan tema atau topik dengan rencana penelitian yang akan dilakukan. Hasil-hasil penelitian ini memberikan gambaran tentang penelitian sebelumnya yang berkaitan,

menjadi landasan untuk mengidentifikasi celah penelitian, serta membantu memperkuat kerangka teoritis dalam rencana studi yang dirancang oleh penulis. Di antara penelitian-penelitian tersebut, terdapat beberapa yang memberikan perspektif khusus dan relevan terhadap topik yang akan dikaji:

Pertama, Rizky Alif Maulana (2023) berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi dalam Menumbuhkan Motivasi Kerja Karyawan Perum Bulog Kanwil Jawa Timur” membahas bagaimana praktik komunikasi dalam organisasi dimanfaatkan sebagai instrumen manajerial untuk membangun dorongan kerja pegawai. Dalam kajiannya, komunikasi interpersonal diposisikan sebagai elemen strategis yang tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk iklim kerja yang suportif dan partisipatif, sehingga karyawan merasa dihargai serta terlibat dalam proses organisasi. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi guna memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai dinamika komunikasi di lingkungan kerja. Meskipun secara metodologis memiliki kesamaan dengan penelitian ini, terdapat perbedaan pada kerangka analisis yang digunakan¹⁸. Rizky meninjau strategi komunikasi melalui perspektif analisis SWOT untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal organisasi, sedangkan penelitian ini mengkaji strategi komunikasi organisasi dengan landasan teoritis motivasi dua faktor Herzberg serta konsep komunikasi organisasi dari W.Charles Redding dan Sanborn, sehingga fokus analisis diarahkan pada relasi antara pola komunikasi yang terbangun dan faktor-faktor yang memengaruhi motivasi kerja karyawan secara konseptual dan sistematis.

Kedua, penelitian Jeremia Engelita Wakas, Berdinata Massang, dan Juanda Manullang, yang berjudul “Strategi Komunikasi Internal dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Guru Sekolah Dasar GMIM IV Tomohon di Era Pandemi Covid-19” pada tahun 2021. Meneliti bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh

¹⁸ Rizky Arif Maulana, “Strategi Komunikasi dalam Menumbuhkan Motivasi Kerja Karyawan Perum Bulog Kanwil Jawa Timur”, (Skripsi, Universitas Bhayangkara Surabaya, 2023): 59.

kepala sekolah mampu meningkatkan motivasi kerja para guru selama masa pandemi Covid-19. Penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi terbukti cukup efektif dalam menjaga dan bahkan meningkatkan motivasi kerja guru melalui komunikasi terbuka dari perangkat digital seperti Zoom dan WhatsApp¹⁹. Metode pendekatan yang digunakan yakni kualitatif. Terdapat perbedaan pada waktu pelaksanaan penelitian, observasi kepada guru Tomohon dilakukan pada masa COVID-19 sementara peneliti melakukan observasi pada tahun 2025 dimana pandemi sudah berakhir. Persamaan menonjol adalah media digital yang turut diteliti sebagai sarana komunikasi dalam mensinkronisasi tugas.

Ketiga, berdasarkan penelitian jurnal yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan RRI Palembang” oleh Muhammad Randicha Hamandia di tahun 2022. Mengangkat isu terkait rendahnya tanggung jawab sebagian karyawan yang terlihat dari perilaku keluar-masuk kantor di luar jam kerja. Beberapa pendekatan yang dilakukan pimpinan RRI mencakup identifikasi masalah melalui riset internal, perencanaan komunikasi berdasarkan karakteristik karyawan, pelaksanaan komunikasi vertikal dan horizontal, serta pemberian penghargaan seperti promosi, insentif, dan pengakuan formal²⁰. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan jumlah narasumber 7 orang. Dimana terdapat persamaan mengenai jumlah orang yang akan diwawancarai secara mendalam oleh peneliti. Adapun perbedaan yang mencolok adalah pemberian tunjangan promosi terhadap karyawan yang berprestasi. Dikarenakan Potara Studio merupakan agensi desain kecil, karyawan hanya di berikan bonus lemburan jika mengambil pekerjaan di luar jam kerja, tidak ada hadiah atau kenaikan pangkat.

¹⁹ Jeremia Engelita Wakas et.al., “Strategi Komunikasi Internal dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Guru Sekolah Dasar GMIM IV Tomohon di Era Pandemi Covid-19,” *Jurnal Pendidikan Kristen* 1, no.2 (2021): 7-9

²⁰ Muhammad Randicha Hamandia, “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan RRI Palembang”, *Jurnal Komunikasi Islam* 3, no.1 (2022): 16-17.

Keempat, Bayu Wiratmoko dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Rumah Maggot Gemi 0418 Cimahi” tahun 2023 menggunakan metode kualitatif yang di proses melalui teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Penelitian mengkaji rendahnya motivasi kerja karyawan yang berdampak pada produktivitas. Penurunan motivasi ini disebabkan oleh faktor internal seperti ketidakjelasan sistem penggajian, kurangnya pelatihan, dan minimnya sarana kerja dan faktor eksternal²¹. Ditemukan sebuah persamaan pada Potara Studio terkait rumusan masalah yang dicantumkan seperti apa strategi yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan motivasi kerja para karyawannya. Perbedaan mendasar yang ditemui adalah bagaimana UMKM Rumah Maggot Gemi 0418 Cimahi melakukan analisa dengan dukungan survey kepuasan, disisi lain peneliti melakukan *depth interview* kepada masing-masing informan terpilih untuk menghasilkan data yang dibutuhkan.

Kelima, masih ditahun yang sama penelitian Lisa Fauni & Sudarman yang berjudul “Strategi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Dinas Pemerdayaan Masyarakat Dan Desa Kabupaten Simeulue” dengan metode kualitatif. Penelitian mengkaji peran pimpinan dan pendekatan manajerial yang diterapkan dapat mempengaruhi semangat dan produktivitas pegawai, terutama dalam pemerintahan daerah kabupaten Simeulue yang dituntut tetap optimal melayani masyarakat.²². Sama seperti peneliti, yang menyoroti peran pemimpin dalam membangun motivasi kerja karyawan. Disisi lain, terdapat perbedaan pada subjek pelayanan. Kabupaten Simeulue berfokus melayani masyarakat, sementara Potara Studio melayani mitra sesama perusahaan.

²¹ Bayu Wiratmoko, “STRATEGI MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI RUMAH MAGGOT GEMI 0418 CIMAHI”, (Skripsi, Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, 2023): 20-21

²² Lisa Fauni & Sudarman, “Strategi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Dinas Pemerdayaan Masyarakat Dan Desa Kabupaten Simeulue,” *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3, no.2 (2023): 6-12

Keenam, pada penelitian jurnal yang berjudul “Strategi Peningkatan Motivasi Kerja dengan Penerapan Goals Setting Pada Karyawan Departemen Sumber Daya Manusia di PT. Cipta Nirmala” oleh Nurul Fitriya (2024) yang di latar belakang oleh permasalahan utama dari rendahnya semangat kerja yang ditandai oleh ketidakjelasan dalam pembagian tugas dan kurangnya arahan kerja yang terstruktur. Untuk mengatasi hal ini, Nurul Fitriya mencoba menerapkan teori *goal setting* sebagai strategi yang mampu memberi arah, kejelasan, dan rasa tanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaan²³. Penelitian ini memakai pendekatan eksperimen dengan rancangan One Group Pretest-Posttest Design. Berbeda dengan peneliti yang melakukan pendekatan dengan purposive sampling wawancara pada sebagian narasumber. Adapun persamaan yang ditemui adalah, latar belakang masalah penghambat produktivitas dan komunikasi yang lancar disebabkan, kurangnya arahan kerja yang terstruktur dan ketidakjelasan dalam pembagian tugas, sehingga menyebabkan penurunan performa pegawai.

Ketujuh, pada penelitian yang berjudul “Upaya Meningkatkan Motivasi dan Kinerja Karyawan dalam Penerapan Sistem Shift Kerja Pada PT. Angkasa Pura I” oleh Adi Purnama, dkk (2023). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dari wawancara dan studi pustaka. Mengkaji isu mengenai kurangnya motivasi pekerja, seperti keterlambatan masuk kerja, kelelahan, hingga penurunan produktivitas meskipun PT. Angkasa Pura I menerapkan sistem shift untuk pegawainya²⁴. Upaya yang sama dilakukan oleh Potara Studio dengan menerapkan sistem kerja Part-time, Full-Time, dan remote work untuk kesejahteraan karyawan. Perbedaan yang terlihat disini adalah penelitian di PT. Angkasa Pura I dilakukan kepada pekerja yang shift, sementara subjek pada skripsi peneliti menggunakan 7 sample individu dengan berbagai latar belakang sistem kerja.

²³ Nurul Fitriya, “STRATEGI PENINGKATAN MOTIVASI KERJA DENGAN PENERAPAN GOALS SETING PADA KARYAWAN DEPARTEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DI PT. CIPTA NIRMALA,” *Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling* 7, no.4 (2024): 4-5

²⁴ Adi Purnama et.al, “Upaya Meningkatkan Motivasi dan Kinerja Karyawan dalam Penerapan Sistem Shift Kerja Pada PT. Angkasa Pura I,” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 4, no.3 (2023): 23-25.

Kedepalan, Ispawati Asri yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI” tahun 2022 melalui metode pendekatan kualitatif, mengkaji bagaimana Kementerian Agama RI memotivasi tenaga kerja Administrasi di era Covid-19 dalam menyelesaikan tugas dan tanggungjawabnya meskipun terkendala oleh situasi²⁵. Persamaan dengan skripsi peneliti terletak pada penyebaran informasi serentak untuk menyampaikan pesan secara umum dan berurutan jika pesannya lebih spesifik agar tetap terjalin komunikasi yang efektif antara atasan dan bawahan yang di terapkan oleh founder Potara Studio. Perbedaannya ruang lingkup peneliti yang tidak hanya berfokus satu devisi melainkan seluruh pekerja di perusahaan.

Kesembilan, pada tahun yang sama Baiq Ely Sasih mengangkat topik “Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Kinerja yang Efektif di Kantor Camat Lembar Kabupaten Lombok Barat” tahun 2022 dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini berfokus dalam menyelesaikan masalah kinerja internal melalui evaluasi berkala dan koordinasi rutin dengan pimpinan pekerjaan²⁶. Dari strategi yang sudah diterapkan, ditemukan adanya hasil yang cukup signifikan, hal ini menandai keberhasilan strategi. Adapun persamaan dengan peneliti adalah upaya penyelesaian masalah di Potara Studio melalui kinerja dengan evaluasi dan koordinasi. Namun, perbedaan mendasarnya adalah bagaimana kantor Camat hanya menginginkan kinerja yang efektif bukan membangun motivasi bagi setiap individu yang menjadi aspek penting dalam skripsi peneliti.

Kesepuluh, penelitian oleh Regita Rizki Safira dengan judul “Analisis Strategi Komunikasi Internal Stratup Halo Jasa dalam Membentuk Budaya Organisasi” dilakukan pada tahun 2024. Menggunakan metode pendekatan

²⁵ Asri Ispawati, “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI,” *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi* XXVII, no.3 (2022): 27-28.

²⁶ Baiq Ely Sasih, “Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Kinerja yang Efektif di Kantor Camat Lembar Kabupaten Lombok Barat” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Mataram, 2022): 4-5

kualitatif deskripsi dan studi literatur. Penelitian ini menggambarkan strategi perusahaan startup yang fleksibel dan transparan serta usaha menciptakan budaya organisasi positif yang wajib dilakukan oleh setiap karyawan²⁷. Persamaan yang ditemukan adalah fokus pada komunikasi organisasi yang dibangun untuk menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi pekerja. Namun, berbeda dengan jenis perusahaan, Halo Jasa merupakan perusahaan startup sementara peneliti melakukan observasi pada *design agency*.

Kesebelas, penelitian terbaru pada tahun 2025 yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan (Studi Kasus di PT Aguna Satya Mulya)” oleh Annisa Devianti dkk menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini menganalisis pola komunikasi yang diterapkan secara formal dan non formal dapat memberikan dampak pada tercapainya strategi komunikasi dalam meningkatkan kinerja karyawan²⁸. Selanjutnya, pemberian reward, rapat rutin, dan *family gathering* juga memberikan pengaruh terhadap motivasi pekerja. Terdapat persamaan yakni analisis pola komunikasi formal dan non formal, namun ada perbedaan mengenai kendala generasi yang dihadapi, PT Aguna Satya memiliki karyawan dengan berbagai usia, sementara Potara Studio mempunyai pekerja keseluruhan dari kalangan generasi z.

Keduabelas, masih pada tahun yang sama oleh Muhammad Gibran Taufik, Muhammad Massyat, dan Munawi Gay dalam penelitiannya dengan judul “Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Wings Polewali Mandar” menggunakan penelitian kualitatif yang menjabarkan aspek komunikasi dari atas kebawah, bawah ke atas, dan horizontal oleh R. Wayne Pace dan Don F. Faules. Bahwasannya, aspek-aspek tersebut sangat penting dalam membentuk budaya komunikasi organisasi yang sehat dan memaksimalkan

²⁷ Regita Rizki Safira, “Analisis Strategi Komunikasi Internal Startup Halo Jasa dalam Membentuk Budaya Organisasi,” *JIMBis: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 3, no.3 (2024): 11-12

²⁸ Annisa Devianti et.al., “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan (Studi Kasus di PT Aguna Satya Mulya),” *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendekia* 7, no.1 (2025): 16

produktivitas serta kekompakan dari inter maupun intra divisi²⁹. Pola komunikasi atas bawah, bawah ke atas, dan horizontal juga menjadi persamaan penelitian, akan tetapi peneliti menggunakan teori W.Charles Redding dan Sanborn, hal tersebut menjadi perbedaan dalam pengambilan pemilik teori.

Ketigabelas, skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Internal PT Sky Energy Indonesia TBK dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Tahun 2022” di tahun 2023 oleh Dayana Manjani, mengkaji efektivitas pendekatan komunikasi langsung yang dapat meningkatkan semangat bekerja. Akar masalah yang dihadapi oleh PT Sky Energy bermula akibat individu yang melalaikan tugas ketika ada peluang, sehingga perusahaan melakukan evaluasi dengan cara komunikasi formal dan terbuka³⁰. Metode penelitian yang digunakan yakni kualitatif seperti wawancara, observasi, serta pengumpulan data. Memiliki tujuan penelitian yang sama, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi organisasi yang diterapkan dalam meningkatkan motivasi. Namun, ditemukan perbedaan pada manfaat. penelitian di Potara Studio mencakup sisi perusahaan, karyawan, dan akademisi, maka skripsi Dayana hanya memberikan manfaat di perusahaan dan sosial.

Keempatbelas, jurnal karangan Nurhabyana, Muhammad Iqbal Sultan, dan Arianto pada tahun 2024 yang berjudul “Faktor Pendukung dan Pengambat Pola Komunikasi Organisasi untuk Meningkatkan Motivasi Karyawan di CV Kreasi Pisang Indonesia” Melalui pendekatan kualitatif, peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan secara proaktif menghindari hambatan dan terus berusaha membuka celah komunikasi setiap karyawan seperti kesempatan pemberian kritik dan saran, kejelasan instruksi, kolaborasi dalam pemecahan masalah, dan keterbukaan

²⁹ Muhammad Gibran Taufik et.al., “Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Wings Polewali Mandar,” *Journal Pegguruang: Conference Series* 7, no.1 (2025): 26

³⁰Dayana Manjani, “Strategi Komunikasi Internal PT Sky Energy Indonesia TBK dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Tahun 2022” (Skripsi, Universitas Mercu Buana, 2023): 7-8

penyampaian gagasan³¹. Pada penelitian kali ini, terdapat persamaan saat dilakukan analisis data, mulai dari pengumpulan data hingga verifikasi dan penarikan kesimpulan. Perbedaannya terletak di fokus penelitian, jika penelitian milik Nurhabyana dkk fokus pada faktor pendukung dan penghambat, maka peneliti lebih mengenai strategi yang diterapkan.

Kelimabelas, penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Pimpinan PT. Accentuates Cabang Solo dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan” tahun 2020 oleh Agistya Pratiwi, dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui wawancara dengan teknik *purposive sampling*, yakni pemilihan narasumber sesuai kriteria khusus yang menjadi persamaan karena diterapkan dalam metode wawancara. Agistya menemukan bahwa PT. Accentuates melakukan pengecekan absen secara *real live*, kunjungan ke kantor cabang berkala, pelatihan, dan penerapan strategi komunikasi *emphatetic leadership* untuk menumbuhkan motivasi serta komunikasi efektif antara bawahan dan atasan. Dengan tujuan memaksimalkan produktivitas sekaligus loyalitas karyawan³². Ditemukan adanya perbedaan pada aplikasi absensi yang digunakan, Potara Studio menggunakan software Hadir sementara PT. Accentuates memakai AMANO dan LOG BOOK.

G. Sistematika Pembahasan

Terdapat 5 bab dalam sistematika penulisan, yakni:

BAB I. Pendahuluan, Bab ini terdiri dari, latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

³¹N Nurhabyana et.al., “Faktor Pendukung dan Pengambat Pola Komunikasi Organisasi untuk Meningkatkan Motivasi Karyawandi CV Kreasi Pisang Indonesia,” *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)* 7, no.1 (2024): 26-28.

³² Agistya Pratiwi, “Strategi Komunikasi Organisasi Pimpinan PT. Accentuates Cabang Solo dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020): 15-16.

BAB II. Landasan Teori, Bab ini berisi ulasan penelitian-penelitian terdahulu serta kerangka teori yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Fokus kajian meliputi pembahasan mengenai strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja sebagai bagian dari pendekatan yang relevan.

BAB III. Metode Penelitian, Bab ini mencakup, pendekatan dan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, subyek dan obyek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV. Hasil dan Pembahasan, Bab ini menyajikan hasil penelitian yang disusun sesuai dengan pendekatan, jenis penelitian, serta rumusan masalah yang telah ditetapkan. Pembahasan dalam bab ini dapat disajikan dalam satu kesatuan, atau diuraikan ke dalam beberapa sub bagian sesuai fokus penelitian agar lebih terstruktur.

BAB V. Penutup, Pada bab ini terdiri dari kesimpulan, saran dan penutup



BAB II LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Organisasi

1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian serta pemaknaan pesan di antara berbagai unit komunikasi yang ada dalam sebuah organisasi. Organisasi sendiri terdiri dari sejumlah unit yang saling terhubung dalam struktur hierarkis dan bekerja sesuai fungsi masing-masing dalam suatu lingkungan tertentu. Terdapat beberapa komponen penting yang perlu diperhatikan dalam komunikasi organisasi, seperti penggunaan bahasa yang mudah dipahami, pemilihan waktu yang tepat untuk menyampaikan pesan, kepatuhan terhadap etika dan norma yang berlaku, sikap sopan dalam berkomunikasi, penentuan tempat komunikasi yang sesuai, serta mempertimbangkan siapa pihak yang menjadi penerima pesan³³.

2. Bentuk-bentuk Komunikasi Organisasi

Menurut Katz dan Kahn, komunikasi organisasi tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian informasi semata, melainkan sebagai proses pertukaran makna yang terjadi di dalam suatu organisasi. Komunikasi menjadi sarana yang memungkinkan individu saling memahami pesan, simbol, maupun makna yang disampaikan satu sama lain. Dengan demikian, komunikasi organisasi dapat dimaknai sebagai proses pertukaran informasi dan makna yang berlangsung antara individu dengan individu lainnya, maupun antara individu dengan kelompok dalam suatu organisasi.

Katz dan Kahn juga menjelaskan bahwa komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung keberlangsungan struktur organisasi untuk

³³ Maida Anggraini, "Iklim Komunikasi Organisasi Dinas Sosial Kabupaten Kampar Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai" (Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2021) 13-14.

mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam buku *The Social Psychology of Organizations*, mereka menyatakan bahwa komunikasi merupakan mekanisme utama yang memungkinkan sebuah sistem sosial dalam organisasi dapat berjalan dengan baik. Tanpa adanya proses komunikasi yang efektif, koordinasi, pengambilan keputusan, serta hubungan kerja antaranggota organisasi akan sulit tercapai. Lebih lanjut, Katz dan Kahn membagi komunikasi organisasi ke dalam tiga bentuk utama, yaitu komunikasi formal, komunikasi informal, dan komunikasi eksternal:

a) Komunikasi formal

Komunikasi formal adalah proses penyampaian informasi yang berlangsung melalui jalur resmi yang telah ditetapkan dalam struktur organisasi. Bentuk komunikasi ini biasanya berkaitan dengan penyampaian instruksi, kebijakan, laporan, maupun arahan yang diberikan oleh pimpinan kepada bawahannya³⁴.

b) Komunikasi Informal

Komunikasi informal berlangsung di luar jalur resmi organisasi. Komunikasi ini umumnya terjadi dalam bentuk percakapan sehari-hari antarindividu atau dalam kelompok kecil. Keberadaan komunikasi informal seringkali membantu mempererat hubungan interpersonal antaranggota organisasi serta menjadi sarana berbagi informasi secara lebih cepat.

c) Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal merupakan proses interaksi antara organisasi dengan pihak di luar organisasi. Pihak tersebut dapat berupa pelanggan, pemerintah, media, maupun masyarakat luas. Komunikasi eksternal memiliki peran penting

³⁴ Madan Sri, *Form of Organizational Communication* (Business Communication, 2021) 1.
<https://www.scribd.com/document/84483720/Forms-of-Organizational-Communication>

dalam membangun citra organisasi, memperkenalkan produk atau layanan yang dimiliki, serta menjalin hubungan yang baik dengan berbagai pemangku kepentingan.

Dalam buku *Human Relations at Work* karya Keith Davis menjelaskan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses penyampaian berbagai pesan dalam lingkungan organisasi, baik berupa informasi, ide, emosi, maupun perasaan. Proses komunikasi ini menjadi bagian penting dalam membangun hubungan kerja yang efektif di dalam organisasi. Keith Davis juga mengemukakan bahwa komunikasi organisasi dapat dilihat melalui tiga bentuk utama, yaitu komunikasi horizontal dan komunikasi vertikal. Komunikasi horizontal merupakan pertukaran informasi yang terjadi antara individu atau kelompok yang berada pada tingkat hierarki yang sama dalam organisasi. Komunikasi ini berperan penting dalam mendukung koordinasi kerja, penyelesaian masalah, serta kerjasama antarbagian atau antarunit kerja³⁵.

Adapun komunikasi vertikal adalah komunikasi yang berlangsung secara hierarkis dalam organisasi. Aliran komunikasi ini dapat terjadi dari atasan kepada bawahan dan bawahan ke atasan. Komunikasi dari atasan kepada bawahan umumnya berisi arahan, kebijakan, maupun petunjuk kerja yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas. Sebaliknya, komunikasi dari bawahan kepada atasan biasanya berupa laporan pekerjaan, penyampaian pendapat, maupun masukan yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan organisasi.

³⁵ Davis Keith, *Human Relations at Work* (London: McGraw-Hill Book Company, 1962).
<https://archive.org/details/dli.ernet.29614/page/n5/mode/2up>

3. Teori Komunikasi Organisasi

Istilah komunikasi organisasi merupakan aktivitas bertukar informasi antara berbagai pihak yang berada dalam sistem organisasi yang kompleks. Konsep ini diperkenalkan oleh W. Charles Redding dan George A. Sanborn. Ruang lingkungannya, mencakup berbagai aspek komunikasi dalam organisasi, seperti:

A. Komunikasi internal

Komunikasi organisasi pada dasarnya beroperasi di dalam batas-batas organisasi itu sendiri. Komunikasi internal mencakup seluruh interaksi yang terjadi antara anggota-anggota organisasi, baik yang bersifat formal (seperti memo, rapat resmi, laporan) maupun yang bersifat informal (seperti percakapan di sela-sela jam kerja). Komunikasi internal menjadi fondasi utama bagi keberlangsungan fungsi-fungsi organisasi, karena tanpa aliran informasi yang sehat di dalam organisasi, koordinasi dan pencapaian tujuan bersama menjadi mustahil.

B. Komunikasi antarindividu

Di luar struktur formal, komunikasi organisasi juga mengakui pentingnya hubungan antarindividu (interpersonal relations) dalam membentuk iklim organisasi. Hubungan ini bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kepercayaan, kedekatan emosional, dan pola interaksi yang terbangun dari waktu ke waktu. Redding sendiri dikenal sebagai salah satu pionir dalam kajian iklim komunikasi (communication climate), yang menekankan bahwa persepsi individu terhadap lingkungan komunikasinya sangat menentukan kualitas hubungan kerja.

C. Komunikasi dari atasan kebawahan (downward communication)

Downward communication terjadi ketika pimpinan atau manajemen menyampaikan informasi, instruksi, kebijakan, arahan kerja, hingga umpan balik kinerja kepada para bawahannya. Fungsi utamanya adalah memastikan

bahwa seluruh anggota organisasi memahami tujuan, prosedur, dan ekspektasi yang ditetapkan oleh pihak manajemen.

D. Komunikasi dari bawah ke atas (upward communication)

Arus komunikasi ini berjalan berlawanan arah, yaitu dari karyawan atau bawahan kepada atasan atau pimpinan. *Upward communication* mencakup laporan kerja, saran, keluhan, aspirasi, hingga umpan balik yang disampaikan karyawan kepada manajemen. Dalam pandangan Redding dan Sanborn, komunikasi ke atas merupakan elemen krusial yang sering kali diabaikan, padahal ia berfungsi sebagai mekanisme kontrol bagi organisasi untuk mengetahui kondisi riil di lapangan, mendeteksi masalah lebih awal.

Dalam buku karya Redding & Sanborn dengan judul *Business and Industrial Communication*, menyatakan bahwa pertukaran informasi didalam sebuah hubungan yang sama (organisasi) menjadi fondasi utama bagi keberlanjutan organisasi. Jika jaringan komunikasinya kuat, anggota akan merasa ikut berperan dalam keputusan yang dibuat dan memiliki tanggung jawab terhadap komunitas. Definisi ini menegaskan bahwa komunikasi organisasi tidak bersifat satu arah, melainkan merupakan proses yang berlangsung secara menyeluruh, melibatkan berbagai tingkatan dan arah alur pesan dalam struktur organisasi³⁶.

Hal ini menjadikan analisis pola komunikasi sebagai sesuatu yang penting untuk memahami bagaimana solidaritas kelompok dipertahankan. Komunikasi yang

³⁶ W. Charles Redding & George A. Sanborn, *Business and Industrial Communication: A Source Book* (New York: Harper & Row, 1964), 29.

terjalin dengan baik dapat menumbuhkan kepercayaan dan rasa memiliki, yang kemudian meningkatkan partisipasi anggota dalam berbagai aktivitas³⁷.

W. Charles Redding menambahkan bahwa proses komunikasi di dalam organisasi tidak hanya sebatas penyampaian informasi, tetapi memiliki sejumlah fungsi yang saling berkaitan. Komunikasi berperan sebagai sarana informatif untuk menyampaikan pesan, kebijakan, dan arahan kerja kepada anggota organisasi. Selain itu, komunikasi juga berfungsi secara persuasif, yakni mendorong, memengaruhi, serta membangun kesediaan anggota untuk melaksanakan tugas secara sukarela dan penuh tanggung jawab. Di sisi lain, komunikasi memiliki fungsi regulatif yang berkaitan dengan pengaturan perilaku kerja melalui aturan, prosedur, maupun instruksi yang jelas. Terakhir, komunikasi berfungsi secara integratif dengan membangun keterhubungan antaranggota sehingga tercipta koordinasi, kerja sama, dan kesatuan dalam mencapai tujuan organisasi³⁸.

Conrad dan Poole menambahkan dimensi strategis dalam komunikasi organisasi, di mana komunikasi dipandang sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui koordinasi tindakan antar individu. Pandangan ini mempertegas bahwa komunikasi bukan hanya bersifat informatif, tetapi juga memiliki fungsi strategis dalam mengelola sumber daya manusia dan membangun kohesivitas tim kerja³⁹.

Goldhaber (1986) mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai suatu proses menciptakan sekaligus bertukar pesan di dalam jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain. Proses ini dilakukan agar organisasi mampu

³⁷ "Pola Komunikasi Komunitas Mobil "Lowbudget Sukoharjo" Dalam Mempertahankan Solidaritas Kelompok", Universitas Slamet Riyadi, accessed December 2024, <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/index>

³⁸ Fitri Susilawati, "Komunikasi Organisasi dalam Kepemimpinan Pada PT Tempo Media" (Skripsi, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA, 2020), 31.

³⁹ Charles Conrad & Marshall Scott Poole, "Strategic Organizational Communication: In a Global Economy", 7th ed. (Oxford: Wiley-Blackwell, 2012), hlm.14.

menghadapi ketidakpastian serta menyesuaikan diri dengan perubahan yang terus berlangsung di lingkungannya. Komunikasi dalam organisasi juga berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan emosi, di mana interaksi sosial antaranggota kerja menjadi inti dari hubungan tersebut⁴⁰. Mekanisme komunikasi memungkinkan setiap anggota untuk saling berbagi pengalaman, baik perasaan senang maupun kesal, sehingga dapat mendukung kelancaran aktivitas organisasi.

Sejalan dengan teori Golhaber, menurut Daniel Katz dan Robert L. Kahn dalam penelitian yang berjudul Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksistensi Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Kota Palembang terdapat empat implikasi utama dalam berorganisasi, yaitu adanya hubungan saling ketergantungan, sikap keterbukaan, penggunaan analisis yang tepat, serta kemampuan organisasi untuk melakukan penyesuaian dan pembaruan⁴¹. Implikasi ini sesuai dengan elemen dalam organisasi yang saling berhubungan dan berperan dalam mendukung keseluruhan sistem. Setiap bagian tidak dapat berjalan secara terpisah, melainkan saling memengaruhi dan memberikan dampak antara satu dengan yang lain.

Kemudian, teori komunikasi organisasi menurut pemikiran Onong Uchjana Effendy pada bukunya “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”. Bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dalam suatu organisasi yang mencakup perencanaan dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Pola komunikasi dapat berlangsung secara vertikal (atasan-bawahan) dan horizontal (antarpegawai). Komunikasi organisasi yang baik akan memengaruhi efektivitas kerja, hubungan antarindividu, serta motivasi karyawan dalam bekerja. Biasanya

⁴⁰ Robert Tua Siregar et.al, *Komunikasi Organisasi* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), hlm.3

⁴¹ Nur Indah Febrianti et.al, “Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksistensi Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Kota Palembang,” *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)* 3, no.1 (2023), hlm.19.

dimensi komunikasi vertikal membentuk pengaruh seorang pemimpin, jika pemimpin bersedia mendengarkan pendapat, terbuka, menerima timbal balik akan membuat para karyawan merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik dan dianggap bernilai, hal tersebut akan mendorong munculnya semangat bekerja.

Begitu juga dengan dimensi horizontal yang tercipta anatar pegawai membentuk persepsi lingkungan kerja, biasanya hubungan ini bersifat non-formal, bahkan apabila desas-desus terdengar, pemimpin atau manajer harus segera turun untuk meredam informasi yang tidak benar sehingga, tidak muncul kesalahpahaman yang berkelanjutan. Sementara, hubungan lintas bagian (horizontal) lebih terstruktur karena langsung dibawah oleh pimpinan yang memberikan tugas kepada bawahan. Dengan menggabungkan dimensi secara efektif dan tepat, komunikasi organisasi tidak hanya berjalan lancar, namun turut membangun kekompakan tim, semangat bekerja, dan tanggungjawab setiap devisi terhadap perusahaan⁴².

Keterkaitan antara ilmu komunikasi dan organisasi terlihat dari sejauh mana anggota organisasi memanfaatkan komunikasi dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Melalui komunikasi, anggota dapat memahami tahapan proses yang ingin dicapai, menentukan media yang tepat untuk menyampaikan pesan, serta menyesuaikan konsep komunikasi organisasi dengan ruang lingkup dan kebutuhan organisasinya⁴³. Komunikasi yang efektif terjadi ketika pengirim dan penerima pesan memiliki pemahaman yang selaras. Di dalam organisasi, komunikasi dianggap berhasil jika orang yang membutuhkan informasi mendapatkannya secara tepat, baik dari segi isi maupun waktu penyampaian (*effective organizational communication is the right people, getting the right information, at the right time*).

⁴² Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (PT Remaja Rosdakaya, 2009), hlm.112- 114.

⁴³ Herlina et.al., *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Pasuruan: CV Basya Media Utama, 2023), hlm. 82-83.

Dalam hal ini, diperlukan kekompakan antar individu untuk mencapai komunikasi yang efisien sebab setiap anggota memiliki ikatan saling bergantung guna mencapai tujuan bersama di dalam sebuah organisasi.

Dari beberapa definisi komunikasi organisasi tadi, peneliti hanya akan menggunakan teori W. Charles Redding dan George A. Sanborn sebagai landasan utama dikarenakan mendeskripsikan aliran komunikasi yang berkaitan dengan keseharian di perusahaan secara langsung yakni atasan ke pegawai (downward communication), pegawai ke atasan (upward communication), dan antar rekan kerja (horizontal communication). Pola tersebut memiliki efek tersendiri bagi setiap karyawan karena mereka juga berperan sebagai penerima dan pengirim. Sedangkan pandangan Goldhaber, Katz & Kahn, dan peneliti atau pemilik teori lainnya digunakan untuk penguat kerangka teori.

A. Motivasi Kerja

1. Pengertian Motivasi Kerja

Motivasi berasal dari kata Latin *move* yang memiliki arti dorongan atau menggerakkan. Secara sederhana, motif dapat dipahami sebagai kekuatan yang mendorong seseorang untuk bertindak. Motif juga sering dipandang sebagai penggerak yang muncul dari dalam diri individu untuk melakukan suatu aktivitas demi tercapainya tujuan tertentu. Dengan kata lain, motif merupakan kondisi internal yang menggambarkan kesiapan seseorang dalam mengambil tindakan. Motivasi kerja dapat dipahami sebagai suatu kondisi yang memengaruhi timbulnya dorongan, arah, serta keberlangsungan perilaku individu dalam konteks pekerjaannya. Faktor ini terbentuk dari sikap karyawan dalam merespons berbagai situasi yang ada di lingkungan kerja. Dapat dimaknai bahwa, motivasi kerja adalah

dorongan internal yang menggerakkan pegawai untuk berperilaku secara terarah dalam rangka mencapai tujuan organisasi⁴⁴.

Menurut Sunyoto (2018) bahwa motivasi berkaitan dengan upaya menumbuhkan dorongan kerja seseorang agar bersedia memberikan kemampuan serta keahliannya secara maksimal demi tercapainya tujuan organisasi. Dapat didefinisikan bahwa motivasi kerja adalah dorongan dalam diri untuk bekerja secara semangat dan sukarela yang akan mempengaruhi tindakan orang tersebut untuk melakukan kegiatan tertentu sesuai dengan peran pekerjaan guna tercapainya kebutuhan atau keinginan dari tempat mereka bekerja⁴⁵.

Kemudian, Zainun menyatakan, motivasi dapat dipahami sebagai suatu proses untuk memengaruhi seseorang agar mau melakukan tindakan tertentu sesuai harapan Sementara itu, Reksohadiprojo (1989) menjelaskan motivasi sebagai kondisi dalam diri individu yang mendorong munculnya keinginan untuk melakukan aktivitas tertentu demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dari definisi tersebut, motivasi disimpulkan sebagai faktor krusial dalam perusahaan. Motivasi terlihat mudah dicapai karena manusia biasanya dapat termotivasi jika menginginkan sesuatu. Namun, motivasi juga bisa menjadi kompleks, apabila kebutuhan atau nilai yang dirasa penting oleh seseorang belum tentu dianggap relevan oleh orang lain.

2. Teori Motivasi Kerja

Teori terkemuka Abraham Maslow dalam makalahnya "*A Theory of Human Motivation*", di *Psychological Review* pada tahun 1943 mengartikan motivasi umumnya, setiap manusia memiliki kebutuhan dasar yang harus

⁴⁴ Muh. Hizbul Muflih, *Motivasi Kinerja* (Banten: Berkah Aksara Cipta Karya, 2024), hlm.

2.

⁴⁵ Mustaqim dan Rudi Purba, "PENGARUH SEMANGAT KERJA, MOTIVASI KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA BATAM TELEVISI," *Jurnal Manajerial dan Bisnis Tanjung Pinang* 5, no.2 (2022), hlm.4.

dipenuhi. Maslow menggambarkan kebutuhan tersebut dalam lima tingkatan yang disusun menyerupai piramida, di mana dorongan seseorang dimulai dari tingkat paling bawah. Hirarki Kebutuhan Maslow menjelaskan bahwa kebutuhan biologis harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum seseorang beralih pada kebutuhan psikologis yang lebih tinggi kompleks⁴⁶. Piramida kebutuhan menurut Maslow terbagi menjadi 5, diantaranya kebutuhan fisiologis (physiological needs) yakni kebutuhan dasar makan dan minum, kebutuhan akan rasa aman (safety needs), kebutuhan social (social needs) yaitu keinginan memiliki hubungan, kebutuhan penghargaan (esteem needs) merupakan dorongan untuk merasa mampu, berprestasi, dan memperoleh dukungan, terakhir kebutuhan aktualisasi diri (self actualization needs) yang disebut sebagai dorongan seseorang untuk menunjukkan kemampuan dan membuktikan dirinya ke lingkungan⁴⁷.

Selanjutnya, teori yang akan digunakan peneliti adalah teori Frederick Herzberg. Herzberg mengemukakan bahwa terdapat dua faktor utama yang memengaruhi motivasi kerja seseorang, yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor intrinsik merupakan dorongan yang muncul dari dalam diri individu, seperti keinginan untuk berkarya, berinovasi, serta menggunakan kreativitas dalam pekerjaannya. Karyawan dengan motivasi intrinsik biasanya lebih menikmati pekerjaan yang memberi ruang otonomi luas dan tidak memerlukan pengawasan ketat, serta kepuasan yang dirasakan tidak selalu terkait dengan aspek materi. Sebaliknya, faktor ekstrinsik berasal dari luar diri individu, terutama dari lingkungan organisasi tempat bekerja. Karyawan dengan motivasi ini lebih berorientasi pada imbalan atau fasilitas yang diberikan organisasi, sehingga

⁴⁶ Musyawir, "Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kabupaten Gowa" (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makasar, 2020), hlm.11-12.

⁴⁷ Najla' A Ajeung Ratnadinigrum and Muhammad Takrim, "Motivasi Kerja Menurut Teori Maslow Bagian Staf Manajemen Project Pada PT Putera Instrumenindo," *Jurnal Mahasiswa Bina Insani* 7, no.2 (2023), hlm.16-17.

kinerjanya cenderung diarahkan untuk memperoleh hal-hal yang diinginkan dari luar dirinya⁴⁸.

Herzberg menambahkan bahwa faktor-faktor yang dapat menjadi sumber motivasi meliputi:

A. Pekerjaan itu sendiri (*the work itself*)

Herzberg meyakini bahwa pekerjaan yang secara intrinsik bermakna, menantang, dan memberikan rasa kepuasan tersendiri bagi pelakunya merupakan sumber motivasi yang paling kuat dan berkelanjutan. Ketika seorang karyawan merasa bahwa pekerjaan yang ia lakukan memiliki nilai dan relevansi, ia cenderung menginvestasikan lebih banyak energi, kreativitas, dan komitmen dalam menjalankan tugasnya.

B. Pencapaian (*Achievement*)

Rasa berhasil menyelesaikan sebuah tantangan, memecahkan masalah yang kompleks, atau mencapai target yang telah ditetapkan merupakan sumber kepuasan psikologis yang mendalam. Herzberg menekankan bahwa pengalaman pencapaian ini tidak hanya memperkuat rasa percaya diri individu, tetapi juga membangun dorongan internal untuk terus meningkatkan performa.

C. Kesempatan untuk berkembang (*advancement*)

Faktor ini merujuk pada tersedianya peluang bagi karyawan untuk meningkatkan keahlian dirinya, seperti melalui promosi jabatan, perluasan tanggung jawab, maupun pengembangan karier secara vertikal maupun horizontal di dalam organisasi. Herzberg berargumen bahwa individu secara alamiah memiliki hasrat untuk tumbuh dan maju. Ketika organisasi

⁴⁸ Fitri Rachmiyati Sunarya, "Implementasi Teori Motivasi Frederick Herzberg Dalam Sebuah Organisasi," *Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i* 9, no.3 (2022), hlm.14

menyediakan jalur yang jelas bagi perkembangan tersebut, karyawan akan merasa bahwa waktu dan tenaga memiliki makna jangka panjang, sehingga komitmen dan etos kerja dapat meningkat secara signifikan.

D. Pengakuan dari Orang Lain (*recognition*)

Pengakuan atas kontribusi dan prestasi kerja merupakan salah satu kebutuhan psikologis paling mendasar yang dimiliki manusia sebagai makhluk sosial. Herzberg menegaskan bahwa apresiasi yang diberikan oleh atasan, rekan kerja, maupun organisasi memiliki dampak yang jauh lebih kuat terhadap motivasi kerja dibandingkan yang sering diperkirakan. Pengakuan tidak selalu berwujud penghargaan formal seperti pujian yang tulus, ucapan terima kasih yang spesifik, atau sekadar pengakuan verbal di hadapan tim sudah cukup untuk membangkitkan rasa dihargai yang mendorong karyawan untuk terus berprestasi.

E. Rasa Tanggungjawab (*responsibility*)

Herzberg menemukan bahwa karyawan yang diberi kepercayaan dan otonomi untuk mengelola pekerjaan mereka sendiri cenderung menunjukkan tingkat motivasi dan kepuasan yang lebih tinggi. Rasa tanggung jawab tidak hanya sekadar beban tugas, melainkan sebuah bentuk kepercayaan yang diberikan organisasi kepada individu bahwa karyawan mampu dan layak untuk membuat keputusan serta mempertanggungjawabkan hasilnya.

Artinya faktor ekstrinsik dan intrinsik dapat mempengaruhi perilaku seseorang saat bekerja. Baik dari segi gaji, fasilitas yang memadai, dukungan moral, pelatihan, suasana tempat bekerja, hubungan atasan dan bawahan, hingga kenaikan pangkat, mampu mengubah performa kinerja pegawai kearah positif atau bahkan negatif. Dapat ditarik kesimpulan bahwa, faktor motivator mampu meningkatkan kepuasan dan

motivasi kerja, sementara faktor hygiene berfungsi mencegah ketidakpuasan, tetapi tidak otomatis meningkatkan motivasi.

Gibson, Ivancevich, dan Donnelly merinci bahwa faktor-faktor yang termasuk dalam kategori hygiene dalam teori motivasi dua faktor Herzberg mencakup⁴⁹:

1. kebijakan dan administrasi perusahaan (*company policy and administration*), yang meliputi kualitas pengelolaan organisasi dan kejelasan prosedur serta kebijakan yang berlaku.
2. Kedua, supervisi (*supervision*), yang berkaitan dengan kompetensi teknis dan gaya kepemimpinan atasan langsung.
3. Hubungan antarpribadi (*interpersonal relations*), yaitu kualitas interaksi sosial dengan atasan, rekan kerja, dan bawahan
4. Kondisi kerja (*working conditions*), yang mencakup aspek fisik lingkungan kerja seperti kenyamanan, keamanan, dan kelengkapan sarana prasarana
5. Gaji dan upah (*salary*), sebagai kompensasi finansial yang diterima atas pekerjaan yang dilakukan; dan keenam, keamanan kerja (*job security*), yaitu rasa aman yang dirasakan karyawan atas keberlangsungan pekerjaan mereka.

B. Keterkaitan Teori Komunikasi Organisasi W. Charles Redding & George A. Sanborn dengan Teori Motivasi Herzberg

Teori komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh W. Charles Redding dan George A. Sanborn serta teori dua faktor (*Two-Factor Theory*) Frederick Herzberg merupakan dua kerangka konseptual yang secara substansial saling melengkapi dalam menjelaskan dinamika kehidupan organisasi. Redding dan Sanborn merumuskan komunikasi organisasi sebagai sistem pertukaran informasi yang mencakup berbagai

⁴⁹ James L. Gibson, John M. Ivancevich, & James H. Donnelly, *Organizations: Behavior, Structure, Processes*, 14th ed. (New York: McGraw-Hill, 2012), hlm. 131.

arah aliran pesan dalam struktur organisasional, sedangkan Herzberg mengidentifikasi faktor-faktor yang secara psikologis memengaruhi motivasi kerja individu. Apabila ditelaah secara mendalam, terdapat hubungan kausal yang signifikan antara dimensi-dimensi komunikasi dalam teori Redding dan Sanborn dengan faktor-faktor motivasi dalam teori Herzberg.

Downward communication sebagaimana dirumuskan Redding dan Sanborn berkaitan dengan faktor intrinsik (*motivator factors*) dan ekstrinsik (*hygiene factors*) dalam teori Herzberg, terutama pada aspek hubungan atasan-bawahan dan kejelasan kondisi kerja. Penyampaian instruksi, kebijakan, serta umpan balik kinerja yang dilakukan secara transparan dan konsisten oleh pimpinan akan menciptakan kondisi psikologis yang aman bagi karyawan. Terpenuhinya kondisi tersebut, menurut Herzberg, turut berfungsi mencegah munculnya ketidakpuasan yang berpotensi menurunkan performa kerja secara keseluruhan.

Sebaliknya, *upward communication* memiliki keterkaitan yang kuat dengan faktor intrinsik Herzberg, *advancement*, *recognition* dan *responsibility*. Keterbukaan saluran komunikasi dari bawahan kepada atasan memberikan karyawan kesempatan untuk menyampaikan aspirasi, gagasan, maupun laporan kendala yang dihadapi. Keterlibatan tersebut menghasilkan persepsi bahwa kontribusi individu diakui dan dihargai oleh organisasi, yang menurut Herzberg merupakan salah satu sumber motivasi intrinsik yang paling berpengaruh dan berkelanjutan dibandingkan insentif material semata.

Adapun *horizontal communication* menunjukkan keterkaitan yang signifikan dengan faktor intrinsik *achievement* dan *the work itself*. Interaksi komunikatif yang terjalin secara setara di antara rekan kerja mendorong terbentuknya kolaborasi yang produktif, sehingga karyawan dapat merasakan pengalaman pencapaian bersama dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Pengalaman tersebut memperkuat makna pekerjaan itu

sendiri bagi individu, yang oleh Herzberg dinyatakan sebagai sumber kepuasan dan motivasi yang paling fundamental dalam konteks kerja.

Komunikasi organisasi dalam pandangan Redding dan Sanborn merupakan prasyarat struktural bagi tumbuh dan berfungsinya faktor-faktor motivasi yang diidentifikasi Herzberg. Faktor ekstrinsik Herzberg hanya dapat menjalankan fungsinya sebagai pencegah ketidakpuasan apabila didukung oleh sistem komunikasi yang berjalan secara efektif dan terbuka. Demikian pula, faktor intrinsik tidak akan berkembang secara optimal di dalam organisasi yang komunikasi internalnya tidak terkelola dengan baik, karena iklim komunikasi yang tertutup atau penuh kesenjangan informasi akan menghambat terbentuknya kepercayaan dan keterlibatan karyawan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi menurut Redding dan Sanborn berfungsi sebagai mekanisme operasional yang melaluinya faktor-faktor motivasi dalam teori Herzberg dapat diwujudkan, diperkuat, atau diperlemah dalam kehidupan organisasi. Komunikasi organisasi merupakan proses, sedangkan motivasi kerja merupakan hasil dari berjalannya proses tersebut. Oleh karena itu, penggunaan kedua teori secara bersamaan dalam penelitian ini dinilai relevan dan saling menguatkan, yakni untuk menganalisis tidak hanya faktor-faktor yang memengaruhi motivasi kerja karyawan di PT Potara Pilar Kreasi, tetapi juga pola komunikasi organisasional yang menjadi konteks terbentuknya motivasi tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Penelitian deskriptif dipilih karena peneliti ingin memahami fenomena yang terjadi secara mendalam melalui pengumpulan data berupa kata-kata, pendapat, dan pengalaman langsung dari informan. Penelitian ini tidak berfokus pada angka atau perhitungan statistik, melainkan pada pemahaman mengenai strategi komunikasi organisasi di Potara Studio dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Alasan pemilihan jenis ini adalah karena peneliti membutuhkan fokus pada pemahaman yang mendalam mengenai komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu. Informan yang dipilih adalah mereka yang memiliki pemahaman dan pengalaman langsung terkait proses komunikasi organisasi di Potara Studio, seperti manajemen dan karyawan inti. Dengan teknik ini, peneliti berharap dapat memperoleh data yang relevan, mendalam, dan sesuai dengan fokus penelitian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio) yang berlokasi di Perumahan Jl. Grand Laveli No.D9, Dusun II, Karangwangkal, Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan September 2025 sampai selesai.

C. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini merupakan objek analisis utama dan diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan pihak-pihak terpilih dan memiliki keterlibatan langsung dalam proses komunikasi organisasi di Potara Studio.

2. Data Sekunder

Pada data sekunder merujuk pada berbagai sumber tambahan yang mendukung penelitian, seperti dokumen internal perusahaan (profil perusahaan, laporan kerja, struktur organisasi), dan literatur seperti buku, jurnal, artikel ilmiah terdahulu yang memperkuat penelitian.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio) yang sudah berdiri sejak tahun 2023 sebagai tempat sebuah organisasi perusahaan berdiri dan terjadi komunikasi di dalamnya.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian meliputi karyawan termasuk *founder* Potara Studio yang terlibat dalam komunikasi organisasi, termasuk praktik strategi yang dilakukan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan.

E. Teknik Penentuan Informan

1. Memilih 5 narasumber utama, 3 diantaranya adalah *founder* perusahaan, dan dua adalah karyawan terlama yang menetap di Potara Studio sampai sekarang.
2. Memilih 2 narasumber sebagai informan pendukung untuk memperkuat data-data yang diperlukan dari karyawan magang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti dengan beberapacara agar informasi yang didapatkan lebih lengkap, termasuk:

1. Wawancara

Wawancara merupakan merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui komunikasi tatap muka antara peneliti dan narasumber, di mana keduanya terlibat dalam pertukaran pertanyaan dan jawaban secara langsung. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali lebih jauh mengenai cara berpikir, pengalaman hidup, serta perspektif yang dimiliki oleh subjek penelitian secara lebih personal dan mendalam⁵⁰.

Pada penelitian kali ini, wawancara dilakukan kepada kepada informan terpilih, yakni pemimpin yang terdiri dari Business Director, Creative Director, dan Marketing Director. Kemudian dua karyawan tetap dengan masa kerja paling lama, satu karyawan baru, dan dua karyawan magang.

2. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan yang dilakukan secara langsung terhadap suatu fenomena dengan tujuan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam, di mana pengetahuan dan wawasan yang telah dimiliki sebelumnya untuk memaknai informasi baru yang ditemukan di lapangan guna mendukung penelitian⁵¹. Disini, peneliti melakukan observasi sembari melakukan wawancara untuk memperkuat data dan pendapat dari informan.

⁵⁰ Zainuddin Iba dan Aditya Wardhana, *Metode Penelitian* (Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2023), hlm.8.

⁵¹ Putri Adinda Pratiwi et.al., “Mengungkap Metode Observasi Yang Efektif Menurut Pra-Pengajar EFL,” *Mutiara : Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah* 2, no.1(2024), hlm.3.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data atau peristiwa yang menyimpan fakta dalam berbagai bentuk⁵². Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, dokumen, notula rapat, dan sebagainya. Termasuk pengambilan gambar atau penggunaan data yang sudah di setujui oleh perusahaan.

G. Teknik Analisis Data

1. Tahap Pengumpulan Data

Dalam proses penelitian, analisis data dikumpulkan menggunakan beberapa metode, antara lain wawancara, pengamatan lapangan, penelaahan dokumen, analisis kasus, dan kegiatan fokus grup⁵³. Tahap pengumpulan data di Potara Studio dilakukan secara sistematis dan kontinyu melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah data yang terkumpul kemudian disusun dalam bentuk laporan yang terperinci. Setelah itu, data tersebut melalui proses penyaringan, yaitu dirangkum, dipilih bagian yang relevan, dan difokuskan pada aspek-aspek penting agar hasilnya lebih mudah dipahami⁵⁴. Begitupun proses reduksi data pada penelitian di Potara Studio, melalui penyerdehanaan terhadap data hasil wawancara dan observasi selama dilapangan, dari penyaringan kata, pemilihan dokumen yang di sajikan, dan hasil jadi yang sudah dirangkum setelah penelitian selesai.

⁵²Ahmad Saadi, "Pengantar Pengumpulan Data dalam PTK," *Al-Amin: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial Humaniora* Vol. 2, No. 2 (2025), hlm.3.

⁵³ Ardiansyah et.al., "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif," *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2(2023), hlm.8

⁵⁴ Fahriana Nurrisa et.al., "Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data," *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTTP)* 2, no. 3 (2025), hlm. 17

3. Display Data

Menurut Miles dan Huberman, penyajian data merupakan kumpulan informasi yang telah disederhanakan sehingga memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan dan memudahkan pembaca untuk mengetahui sudut pandang penulis⁵⁵. Data-data yang sudah terkumpul dan direduksi secara sistematis termasuk wawancara mendalam dan dokumentasi dalam bentuk narasi atau table agar mudah dipahami dan dianalisis.

4. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menjadi tahap penutup dari seluruh proses analisis yang dilakukan. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil data yang telah ditelaah dan dikonfirmasi dengan bukti nyata yang ditemukan selama penelitian berlangsung⁵⁶. Setelah semua proses terlaksana, peneliti melakukan verifikasi dan penarikan kesimpulan dengan melakukan pengecekan ulang untuk memastikan keakuratan data dan konsistensi analisis. Kemudian penarikan kesimpulan diperoleh berdasarkan pola dalam data dan dijelaskan secara mendalam

⁵⁵ Nurdewi, "Implementasi Personal Branding Smart ASN Perwujudan Bangsa Melayani di Provinsi Maluku Utara," *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 1, no. 2 (2022), hlm.3

⁵⁶ Rony Zulfirman, "Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di MAN 1 Medan," *Jurnal Penelitian, Pendidikan, dan Pengajaran* 3, no. 2(2022), hlm.15

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio) Purwokerto

PT Potara Pilar Kreasi atau yang disebut Potara Studio merupakan sebuah perusahaan menengah lokal di Purwokerto yang bergerak di bidang jasa kreatif. Studio ini berkembang sejak tahun 2023. Lokasinya berada di Perumahan Jl. Grand Lavali No.D9, Dusun II, Karangwangkal, Purwokerto Utara, Banyumas. Dengan jumlah karyawan 13 orang, Potara berhasil menyelesaikan project 80+ dengan klien global maupun lokal. Sebagai perusahaan menengah, Potara Studio berhasil membuka lapangan pekerjaan dengan berbagai variasi diantaranya, *Fulltime*, *Part time*, *Remote*, dan Magang.

Perusahaan ini memiliki tujuan menjadi penyedia layanan desain yang menggabungkan keanekaragaman inovasi yang kaya dengan keahlian teknis lokal dan professional. Slogan “We Growth Together” merepresentasikan pandangan Potara Studio terhadap pertumbuhan organisasi yang didasarkan pada kerja sama antara perusahaan, klien, dan internal organisasi. Dasar logo berwarna oren menjadi ciri khas utama yang menandakan optimisme, kreativitas, dan inovasi perusahaan tersebut. Selaras dengan slogan dan makna logo, Potara Studio memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas organisasi serta mengarahkan proses kerja perusahaan. Diantaranya:

1. Communication Over Boundaries

Communication over boundaries atau komunikasi lintas batas merupakan salah satu prinsip yang diterapkan dalam aktivitas kerja perusahaan, di mana proses komunikasi dilakukan secara terbuka dan berkelanjutan antarindividu maupun antarbagian. Pendekatan ini bertujuan untuk menjaga keselarasan kerja, meminimalkan terjadinya kesalahpahaman, serta membangun kepercayaan selama proses pelaksanaan proyek.

2. Iteration Over Perfection

Iteration over perfection merujuk pada pendekatan kerja yang lebih menekankan proses perbaikan secara bertahap dibandingkan pencapaian hasil yang sempurna sejak tahap awal. Pendekatan ini memandang setiap tahapan pekerjaan sebagai bagian dari proses evaluasi dan pembelajaran, sehingga memungkinkan adanya penyesuaian.

3. Ownership

Dalam pelaksanaan pekerjaan, perusahaan menunjukkan keterlibatan yang berkelanjutan dengan tidak hanya berfokus pada penyelesaian tugas secara teknis, tetapi juga pada tanggung jawab terhadap hasil akhir pekerjaan. Pola kerja ini mendorong adanya kolaborasi yang berkesinambungan serta memastikan bahwa setiap tahapan pekerjaan memberikan nilai yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Pengalaman kerja Potara Studio mencakup keterlibatan dalam pengembangan desain yang memadukan aspek inovasi visual dengan keahlian teknis. Keterlibatan tersebut meliputi bidang pengembangan merek, desain produk, serta praktik seni digital yang terus mengalami perkembangan. Beberapa layanan jasa yang disediakan antaralain, *UIUX Design*, *Branding*, *Ilustrasi*, dan *Support Developert*. Adapun pengertian dari bidang tersebut.

a) UIUX Design

User experience (UX) merujuk pada keseluruhan perasaan dan pengalaman yang dirasakan pengguna saat berinteraksi dengan suatu produk, seperti situs web, aplikasi perangkat lunak, maupun aplikasi seluler, yang dirancang untuk memberikan kenyamanan dalam proses penggunaannya. Sementara *User Interface* (UI) merupakan bidang yang mempelajari pengaturan elemen visual pada tampilan website maupun

aplikasi. Fokus utama UI terletak pada aspek estetika dan kerapian tampilan agar terlihat menarik bagi pengguna⁵⁷. Seseorang yang bekerja sebagai UIUX Design disebut dengan UIUX Designer. Potara Studio mempekerjakan 3 orang UIUX Designer dengan pembagian tugas, 2 karyawan fokus pada project dan 1 orang ditugaskan untuk membangun portfolio di media sosial dan website. Namun, ketika jumlah proyek meningkat, seluruh karyawan diprioritaskan untuk menyelesaikan tugas-tugas dari klien terlebih dahulu.

b) Branding

Layanan branding adalah jasa yang dapat dipilih oleh klien dari pembuatan logo, *packaging*, produk, dan bentuk visual dari perusahaan yang dilihat oleh khalayak dan memengaruhi persepsi publik. Elemen utama dalam pembuatan branding umumnya meliputi, merk, nama, *symbol*, *tagline* perusahaan, serta pesan dan nilai. Terdapat 4 karyawan yang mengerjakan branding di Potara Studio dengan pembagian 3 orang project dan 1 orang sebagai portfolio.

c) Ilustrasi

Jasa yang dapat dipilih oleh klien selanjutnya adalah ilustrasi. Layanan visual yang berfungsi untuk menyampaikan informasi dan memperjelas komunikasi. Pemesana layanan ini paling banyak diminati untuk di kombinasikan dengan branding logo dan *packaging* atau UI *website* dan aplikasi. Jumlah karyawan yang mengerjakan bidang ini hanya 1 orang. Untuk mempermudah merealisasikan keinginan klien, ilustrator di Potara

⁵⁷ Leli Safitri et.al., "Perancangan User Interface Dan User Experience Website Reservasi Rima Villa Ciwidey Dengan Metode Design Thinkings," *Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Sains* 2, no. 2 (2024): 41, <https://doi.org/10.54066/jptis.v2i2.1845>.

Studio melakukan *meeting* secara langsung dan didampingi oleh stakeholder/manajer⁵⁸.

d) Developer

Support developer di Potara Studio bertugas melakukan pembuatan aplikasi/website dan melakukan pemeliharaan sistem. Pemesanan jasa ini lebih sering dibarengi dengan layanan UIUX Design. Sehingga setelah User Interface selesai dibuat, developer akan melakukan pekerjaannya membuat *coding* sesuai dengan design yang sudah ditentukan. Divisi ini dikerjakan oleh 1 orang. Namun, apabila pemesanan sedang banyak, Potara Studio merekrut karyawan *freelance* sebagai tambahan.

B. Struktur Organisasi

Potara Studio merupakan perusahaan yang berdiri dibawah naungan PT Potara Pilar Kreasi. Sebagai organisasi legal, perusahaan ini memiliki kewajiban untuk mengatur pembagian tugas, tanggung jawab, serta menjaga alur koordinasi antarindividu di dalam organisasi. Mendisiplinkan seluruh kewajiban, Potara Studio membentuk struktur organisasi. Bagan yang tertata dengan baik dapat meminimalkan hambatan komunikasi serta menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi tercapainya tujuan bersama. Berikut badan direksi Potara Studio.

Tabel 3: Badan Direksi Potara Studio

Jabatan	Nama
Business Director	Alif Ghibran Imawan
Marketing Director	Mochamad Hakim Haiman
Creative Director	Angga Yudha Okta Pratama

⁵⁸Hasil wawancara dari Illustrator, Nanda, 15 Februari 2026.

Business Director berperan sebagai seseorang yang menjembatani antara klien dengan perusahaan dan perusahaan dengan karyawan. Alif Ghibran, bertugas mengatur tanda tangan kontrak, *meeting*, pembuatan proposal permohonan dan persetujuan, serta menghubungkan kembali ke karyawan. Pembagian jobdesk dari atasan ke bawahan kemudian bawahan ke atasan dan perekrutan ditangani langsung oleh business director. Konsep terjun langsung ke lapangan, memudahkan pemimpin dalam mengatur dan mengawasi perusahaan sesuai ketentuan yang berlaku.

Sementara itu, fungsi Marketing Direction yaitu sebagai orang yang mencari dan menghubungi klien untuk kebutuhan bisnis. Mochamad Hakim, berperan sebagai sales yang aktif mengumpulkan data klien untuk di analisis dari kebutuhan sampai permasalahan calon pembeli. Adapun *platform* yang biasa digunakan seperti, LinkedIn, Upwork, dan Behance. Sebagai marketer, Mochamad Hakim mengirimkan sejumlah proposal setiap hari. Dokumen yang disetujui oleh calon klien akan ditindaklanjuti oleh Business Director.

Membangun suasana positif di kantor, menjalin kedekatan yang baik dengan karyawan, serta mencetuskan ide-ide baru untuk akun sosial media dan portfolio, merupakan tugas Creative Director di Potara Studio. Dalam mengkoordinasikan tim kreatif proses pengarahannya memerlukan adanya komunikasi yang jelas, terstruktur, dan persuasif agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh karyawan. Selain itu, fungsi Creative Director disini mencakup peran sebagai pembimbing dan fasilitator dalam mengembangkan ide dan gagasan yang dimiliki karyawan agar lebih terbuka serta aktif di dalam lingkup perusahaan.

Direksi dalam struktur organisasi Potara Studio menunjukkan posisi pimpinan sebagai pengambil keputusan yang menentukan arah, kebijakan, serta visi perusahaan. Selanjutnya, peraturan yang dirumuskan oleh direksi tidak berhenti pada tingkatan konseptual, melainkan diteruskan kepada karyawan sebagai pelaksana utama kegiatan

operasional. Untuk memperjelas pembagian peran serta hubungan kerja antarindividu, berikut ini bagan organisasi karyawan di Potara Studio.

Tabel 4: Bagan Organisasi Karyawan Potara Studio

Jabatan	Nama
Project Manager	Gema Eka Saputri
UIUX Design	M. Arsy Pratama
UIUX Design	Nicholaus Gilang
UIUX Design	David Satria
Graphic Design	Antonius Harrel
Graphic Design	Fanny Dwi Rizky Saputra
Graphic Design	Sudarmin Damir
Illustrator	Nanda Widya Maharani
Support Developer	Adam Chandra
Business Development	Azwar Annas Letansyah

C. Profil Informan Penelitian

1. Alif Ghibran Imawan



Gambar 1: Alif Ghibran Imawan, Business Director Potara Studio

Alif Ghibran adalah Founder Potara Studio yang menjabat sebagai Business Director. Lahir pada Desember 2001. Alif tumbuh dan besar di kota kelahirannya hingga bangku SMP. Kemudian, ia berpindah ke Purwokerto melanjutkan studi

SMAny. Semasa SMK Alif mengikuti sejumlah kompetisi diantaranya, INVOFEST National Web Design Competition sebagai juara dua, Krenova Application Challenge sebagai 1st place, dan Permata Youthpreneur 2019 yang kemudian menduduki urutan ketiga. Pengalaman tersebut membawa perjalanan Alif ke karir yang diminatinya. Selain itu, pria asal Wangon ini, pernah menjabat selama 1 tahun sebagai ketua Osis dan ikut serta dalam ekstrakurikuler *web designer*.

Alif memulai langkah pertama sebagai lulusan baru di perusahaan Sebo Studio sebaga magang UI Designer, dilanjut UIUX Designer di Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) selama 3 bulan. Tidak berhenti disitu ia masuk tergabung ke salah satu perusahaan bergensi yakni Ruangguru selama 3 tahun dan pengalaman lain dari perusahaan Ajaib, Mekari, dan perusahaan luar negeri yaitu Hubbly. Menyelami profesi UIUX Designer selama 7 tahun lebih, Alif memutuskan untuk membangun perusahaan bersama kedua rekannya, Angga dan Hakim yang diberi nama Potara Studio. Sembari membangun bisnisnya, Alif melanjutkan studi S1 di Universitas Binus dan mengambil program studi *Management Information System*.

2. Mochamad Hakim Haiman



Gambar 2: Mochamad Hakim Haiman, Marketing Director Potara Studio

Mochamad Hakim Haiman, yang akrab disapa Hakim adalah salah satu pemimpin di Potara Studio yang bergerak aktif sebagai marketer. Hakim dipercaya oleh kedua rekannya untuk mencari klien di berbagai platform. Salah satunya *Upwork*. Pria kelahiran Banjarnegara ini membangun citra baik di laman pencari *project* tersebut sejak ia lulus SMK hingga saat ini. Berawal mengikuti magang wajib selama pendidikan menengah keatas pada perusahaan mikro yang berbasis di Yogyakarta, pemuda ini mencoba peruntungan lain melalui halaman *freelance* global (*Upwork*).

Relevansi antara latar belakang Hakim dengan pekerjaannya yang sekarang, memudahkan pemuda tersebut langsung dilirik oleh sejumlah klien luar negeri. Selain menjadi pekerja lepas, Hakim memiliki pengalaman berkesan lainnya diantaranya, bekerja di perusahaan Atlanta, Amerika selama 1 tahun sebagai UI Designer, disusul pekerjaan paruh waktu di Los Angeles, Amerika dan kemudian perusahaan lokal terkenal yakni Ruangguru sebagai Product Design. Adapun kejuaran yang dimenangkan antarlain, Top 10 InvoFest National Web Design Competition 2019, Favorite Winner PermataYouthPreneur National Competition 2020, dan terakhir pemenang juara 1 pada acara yang diselenggarakan IT-Expo National Web Development Competition 2020 oleh Universitas Jakarta. Dari sinilah, Hakim menunjukkan kemampuannya sebagai UI Designer senior yang sudah bekerjasama dengan klien lokal dan internasional.

3. Angga Yudha Okta Pratama



Gambar 3: Angga Yudha Okta Pratama, Creative Director Potara Studio

Anggayudha Okta Pratama, merupakan Creative Director yang bertanggungjawab mengatur, mencetuskan, mengumpulkan ide, dan berdiskusi langsung dengan karyawan saat proses pembuatan portfolio. Pria kelahiran bulan Oktober ini, lebih banyak menghabiskan waktu dikantor dengan karyawan dibandingkan dua direksi lainnya. Keterlibatan tersebut selinear dengan pengalaman Angga yang kearp terjun langsung di organisasi selama menempun Pendidikan di SMK sebagai osis hingga pramuka, Angga beberapa kali juga tergabung sebagai divisi acara.

Lahir dan tumbuh besar di Purwokerto tidak membatasi Angga mencapai cita-citanya sebagai *Designer*. Ia memulai karirnya semenjak lulus SMK di studio design asal Yogyakarta. Kemudian pada tahun 2021 Angga mendalami karirnya di perusahaan Twibbbonize sebagai Product Designer. Tetap berlanjut, sejumlah perusahaan luar negeri turut Angga sambangi dalam kurun waktu satu tahun. Tak sampai situ, ia mencoba peruntungan mengembangkan perusahaan bersama rekan lainnya di bidang jasa desain, salah satunya adalah Potara Studio.

4. Gema Eka Saputri



Gambar 4: Gema Eka Saputri, Project Manager

Gema Eka Saputri atau yang lebih akrab dipanggil Gema. merupakan project manager di Potara Studio yang menjabat dari tahun 2024. Ia menjadi karyawan perempuan pertama di perusahaan tersebut. Gema lahir pada tanggal 8 Agustus 2001 di Purwokerto. Ia menempuh pendidikan dan karir di kota kelahirannya. Setelah lulus dari Universitas Muhammadiyah Purwokerto, ia meniti karirnya sebagai Story Creator di eJourney.Id dan disusul mengikuti pelatihan Project Manager di MySkill. Kini, berkat pengalamannya ia menjadi pekerja tetap di Potara Studio.

Sebagai Project manager Gema membantu menerjemahkan dan membuat dokumen brief yang lebih deskriptif untuk diteruskan kepada designer. Sese kali, ia mengikuti rapat bersama calon klien sebagai PM atau pemimpin jalannya *meeting*. Sejumlah aplikasi yang digunakan Gema guna mendukung pekerjaannya seperti, Google Meet, Slack, Notion, Transletor dan Notepad yang berfungsi sebagai alat mencatat semua brief dari klien.

5. David Satria



Gambar 5: David Satria, UIUX Designer

David Satria adalah karyawan Potara Studio yang bekerja pada bidang UIUX Designer. Akrab di sapa David, ia memiliki kemampuan sebagai designer dimulai dari bangku perkuliahan. Ia mengambil Jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) di Institut Telkom Purwokerto, selama berkuliah sejumlah tugas besar dan project dari kampusnya membuka kemampuan baru bagi David sendiri yakni kebiasaan dan ketertarikan pada bidang design. Dari sana, ia menjadi Ilustrator di Planthing Studio dan UI Designer di Astra Indonesia. Pengalaman tersebut membawa David menuju karir sebagai UIUX Designer fulltime di Potara. Sebagai karyawan pertama di Potara, David bergabung sejak pertama perusahaan tersebut berdiri di tahun 2023. Disamping itu, untuk mengisi waktu luangnya sambil bekerja, pria kelahiran tahun 2002 ini gemar bermain *Billiard*.

6. Nanda Widya



Gambar 6: Nanda Widya, Ilustrator

Nanda Widya Maharani, merupakan karyawan baru dibidang ilustrator. Menjadi bagian dari Potara pada desember 2025, menambah pengalaman baru Nanda di tempat lain. Sebelumnya ia bergabung di One Week Wonder (OWW) Studio yang bertempat di Yogyakarta sebagai ilustrator selama 2 tahun. Nanda mengaku ia sangat tertarik pada dunia melukis, gambar, dan bidang artist lain sedari kecil. Sehingga ia memutuskan untuk mengambil jurusan DKV di Institut Telkom Purwokerto dan menjadi fresh graduate pada tahun 2024. Selain hobi melukis secara manual, ia menyukai *digital painting* yang saat ini menjadi bagian dari pekerjaannya.

7. Tiaraasyifa Arsanda



Gambar 7: Tiaraasyifa Arsanda, UIUX Design Magang

Tiaraasyifa Arsanda atau yang akrab di sapa Ara merupakan UIUX Design magang di Potara Studio batch 3 selama tiga bulan. Ara adalah mahasiswa aktif semester 5 di Institut Telkom Purowkerto dengan jurusan Sistem Informasi. Di sela-sela kesibukannya Ara mengikuti organisasi BEM di kampus dan Student Mentor Todays2024. Sebelum bergabung dengan Potara, Ara mengikuti sejumlah magang di tempat lain diantaranya, GAOTek Inc, Oemah Website, dan PT Berbinar Insightfull Indonesia. Selama magang berlangsung di Potara Studio, Ara mendapat tugas membuat *Design Interface* setiap satu minggu sekali dengan topik yang berbeda.

8. Muhammad Alfin



Gambar 8: Muhammad Alfin, UIUX Design Magang

Muhammad Alfin adalah UIUX Design Magang batch 2. Selama magang ia juga disibukkan dengan perkuliahan semester 7 di Institut Telkom Purwokerto jurusan sistem Informasi. Pria dengan sapaan Alfin berkecimpung sebagai designer sejak tahun 2025. Kemampuan beradaptasi dan perkembangan skill yang cepat membuat Alfin direkrut sebagai freelancer portfolio di Potara. Selain itu, ia pernah mengikuti program akselerasi di SMP, hal tersebut membuat ia lebih cepat setahun dibandingkan teman seangkatannya. Selain disibukkan dengan semester akhir perkuliahan, Alfin mengisi waktu luang dengan berolahraga.

D. Komunikasi Organisasi di Potara Studio

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan, manajer, karyawan tetap, serta karyawan magang di Potara Studio, diperoleh gambaran mengenai praktik komunikasi organisasi yang diterapkan dalam aktivitas kerja sehari-hari. Komunikasi organisasi yang berlangsung meliputi komunikasi internal, komunikasi antarindividu (horizontal communication), komunikasi ke bawah (downward communication), dan komunikasi ke atas (upward communication).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi di Potara Studio berlangsung secara berkelanjutan dan terbuka. Proses pertukaran informasi, ide, serta umpan balik dilakukan secara rutin antara pimpinan, manajer, dan karyawan. Komunikasi internal tidak hanya terjadi dalam situasi formal, tetapi juga dalam interaksi sehari-hari diluar pengerjaan proyek. Anggayudha menyampaikan bahwa setiap hari dilakukan sesi rapat selama 30 menit⁵⁹. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memantau, mengawasi, memberikan arah, dan ruang terbuka yang bisa dijadikan diskusi antara manajer dengan karyawan atau karyawan dengan karyawan. Gema Eka juga menyatakan bahwa

⁵⁹ Hasil wawancara Creative Director, Anggayudha, 15 Februari 2026

“Setiap pagi kita ada daily checkin yang bantu buat nyelasarin tugas, report hasil kerja hari sebelumnya dan hari ini, dan salah satu kegiatan buat ngurangin misskomunikasi”⁶⁰

Kesalahpahaman dalam berkomunikasi turut dirasakan oleh Alfin, sebagai karyawan magang di perusahaan. Pengalaman misskomunikasi ini terjadi dalam batas yang wajar. Biasanya dapat diatasi dengan klarifikasi ke mentor atau atasan secara langsung, baik lewat chat atau diskusi singkat. Menurutnya, komunikasi tersebut jadi lebih efektif. Sebagai mentor Alfin, David berusaha memastikan arahan dan kritiknya dapat menjadi masukan yang membangun. Ia mengakui bahwa sesekali menanyakan beban kerja karyawan magang ke project manager agar sebagai mentor tetap memberikan tugas yang sesuai dengan kemampuan.

Efektivitas komunikasi internal yang terjadi di Potara Studio diakui oleh Tiaraasyifa sebagai karyawan magang, ia mengungkapkan bahwa komunikasi di perusahaan sejauh ini sudah berjalan cukup baik. Alur komunikasi jelas, terutama melalui *daily check-in* dan dipantau sama PM. Namun, Tiaraasyifa juga mengungkapkan bahwa ia kesulitan beradaptasi selama dua bulan pertama karena ia masih berkuliah.

“Sebenarnya gaada kendala komunikasi, tapi aku suka ngerasa ga enak kalo ijin terus pas WFO padahal di requirmentnya wajib 3 hari ngantor. Udah diizinin tapi tetep aja kalo mulai obrolan ada perasaan yang ganjel”⁶¹

Sebagai pemimpin, Alif memahami keluhan setiap karyawan baik dari karyawan tetap maupun magang. Alif melakukan banyak strategi untuk mendukung kinerja dan rasa semangat melalui jalur komunikasi diantaranya terbuka terhadap saran dan kritikan, mengajak diskusi, menerapkan bahasa informal dalam keseharian bekerja, *one on one*, dan agenda rapat setelah tim menyelesaikan proyek.

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Project Manager, Gema Eka, 15 Februari, 2026

⁶¹ Hasil wawancara karyawan magang, Tiaraasyifa, 18 Februari 2026

“Komunikasi dibangun melalui kegiatan rutin, pagi ada daily check-in itu tiap anggota presentasi tugas yang udah selesai, akan dikerjakan, atau kendala ke manajer dan didampingi oleh founder langsung, founder juga turun langsung untuk memastikan kondisi karyawan tujuannya biar tidak ada gap seperti sungen, karena seumuran pemimpin dan karyawan sering main game, makan siang bersama, hingga main diluar jam kantor.”⁶²

Selain membangun komunikasi internal, para pemimpin melakukan distribusi tugas melalui *downward communication* yang sudah ditetapkan, dalam wawancaranya Alif mengungkapkan arahan didapat melalui perintah secara langsung dari pemimpin ke karyawan secara formal diantaranya, peraturan, SOP, dan kontrak kerja yang harus dipatuhi oleh karyawan dan ada juga perintah jangka pendek yang dilakukan saat proyek berlangsung. Alif meyakini peraturan tersebut dapat mendisiplinkan para pegawai dan menciptakan tatanan yang lebih transparansi.

Mendukung keberlangsungan perintah dari pemimpin, sebagai manajer Gema Eka turut melakukan tugasnya untuk mendistribusikan tugas ke tim. Meskipun demikian, pemimpin selalu mendapatkan informasi terbaru dari karyawan dan manajer begitupun sebaliknya. Selaras dengan Alif, Hakim penerapan komunikasi dari atasan kebawah menggunakan beberapa metode seperti, chat di grup, *meeting*, dan tatap muka langsung.

“Yang paling tau soal project itu stakeholder dan manajer, makanya sebisa mungkin komunikasi aktif terjaga, makanya kita sering nanya-nanya atau cek berkala lewat berbagai media dari Slack sampai google meet. Intinya encourage perkembangan kinerja karyawan, jadi kalo ada kendala atau saran dari klien bisa langsung disampaikan⁶³”

Menurut Nanda, alur kerja yang pasti membuatnya merasa lebih disiplin dalam memahami hingga menyelesaikan tugas. Salah satunya dengan kejelasan setiap instruksi yang diberikan dari siapa yang memberikan tugas, pendampingan, dan evaluasi akhir pekerjaan.

⁶² Hasil wawancara Business Director, Alif Ghibran, 15 Februari 2026

⁶³ Hasil wawancara Marketing Director, Mochamad Hakim, 15 Februari,2026.

“Paling sering dikasih tugas sama creative director karena aku paling sering bahas portfolio. Kalo update sehari-hari ke project manager tapi aku tetep follow up ke creative director beberapa kali sehari, nanti diakhir baru review bareng-bareng dari director sama manajer. Sistem yang udah paten kaya gini bikin aku ga bingung jadi tau ke siapa minta kerjaan dan gimana reportnya”⁶⁴

Anggayudha menyampaikan bahwa Potara memiliki struktur dalam pembagian tugas, informasi pertama diberikan oleh founder kemudian ke project manager dan terakhir ke karyawan. Untuk pengawasan sendiri dilakukan oleh manajer namun sesekali pemimpin turun tangan, dan diakhir dilakukan evaluasi pekerjaan tim oleh founder, manajer, dan karyawan. Gema Eka menambahkan, agar tugas dapat selesai sesuai waktu yang sudah ditetapkan terdapat hukuman ringan apabila tidak melakukan laporan pekerjaan. Selain arahan yang jelas dan tegas, komunikasi kebawah yang dilakukan oleh pemimpin mencakup beberapa model seperti pemberian apresiasi, pengakuan, dan ajakan. Hakim mengungkapkan

“Salah satu hal yang aku lakuin buat memotivasi mereka lewat komunikasi itu ya kasih feedback, ucapan makasih, kita tungguin pas kerja biar ga bingung atau merasa tertinggal, being friend aja buat mereka kaya duduk disebelahnya ditanyain dulu”⁶⁵

Mendukung komunikasi kebawah yang positif serta profesional, para pemimpin mengakui keterbukaan mereka terhadap ide-ide dari karyawan, kritikan, keluhan, dan saran dari berbagai sisi. Karyawan dibebaskan untuk mengutarakan pendapat atau keinginannya, bagi yang memerlukan fasilitas peralatan, biaya makan siang, hingga pelatihan kursus untuk meningkatkan kemampuan, karyawan diperbolehkan mengajukan hal tersebut. Salah satu bentuk komunikasi keatas yang dilakukan David ketika beban kerja bertambah dengan menyampaikannya langsung ke pihak manajer.

⁶⁴ Hasil wawancara Ilustrator, Nanda, 15 Februari 2026

⁶⁵ Hasil wawancara, Project Manager, Gema Eka, 15 Februari 2026



Gambar 9: Karyawan magang menyampaikan kendala dan pendapat selama proses kerja.

“Kalo beban kerjaku lagi banyak aku langsung ke PM sih karena aku sadar semua orang disini punya beban kerjanya masing2. Jadi nanti PM yang bagi sendiri tasknya mau gimana.”⁶⁶

David menambahkan bahwa selama ia bekerja, komunikasi ke pimpinan tidak ada batasan, ia bisa menyampaikan gagasannya kapanpun saat butuh bahkan David kerap memberikan alternatif project yang sudah ditetapkan yang merupakan bentuk kreativitas sebagai seorang *designer*. Sementara itu sebagai karyawan magang, Tiaraasyifa mengaku belum terlalu berani menyampaikan pendapatnya secara terbuka. Meskipun tidak ada kesalahpahaman komunikasi tapi ia masih ragu untuk beropini.

“Gak ada misskom selama aku join disini, tapi kendala aku karena intern dan kuliah kurang komunikatif ke mentor, padahal mentorku baik banget suka ajak ngobrol. Jadi kalo kasih saran paling sesekali dari aku”⁶⁷

Mengurangi kecanggungan dari karyawan ke atasan, sebagai pemimpin Anggayudha memiliki model untuk membangun rasa percaya diri karyawan dalam

⁶⁶ Hasil wawancara, UIUX Designer, David Satria, 15 Februari 2026.

⁶⁷ Hasil wawancara, karyawan magang, Tiaraasyifa, 15 Februari 2026.

menyampaikan gagasan atau keluhannya seperti mengadakan kegiatan diluar jam kantor, fleksibilitas waktu kerja, dan memberikan bonus kepada karyawan apabila ada pekerjaan tambahan atau mendadak. Bahkan, karyawan yang memiliki urgensi penting di waktu kerja diperbolehkan izin meninggalkan kantor dengan alasan yang kuat. Hakim mengungkapkan.



Gambar 10: Games bersama tim - kegiatan rutin diluar jam kantor.

“Keterbukaan datengnya dari lingkungan yang positif, kalo sebagai atasan itu toxic susah di bilangin, senioritas jelas pada males. Tapi kita selalu excited kalo ada yang kasih saran atau idenya, bikin seolah-olah kita gak beda. Makanya karyawan bisa lebih aktif”⁶⁸

Kemudahan penyampaian kritik ini dirasakan oleh Alfin yang lebih senang saat berada kantor dibanding harus *remote work*, bagi Alfin rekan-rekan di Potara Studio dinamis dan menyenangkan⁶⁹. Semua masukannya dijadikan bahan pertimbangan bukan hanya sekedar formalitas. Terdapat ruang diskusi tersendiri untuk memastikan timeline dan beban kerjanya sebagai *internship*. Sebagaimana Alfin, Nanda menikmati waktu di kantor karena baginya lebih mudah untuk bertanya dan memastikan tugas yang diberikan pemimpin.

⁶⁸ Hasil wawancara, Marketing Director, Mochamad Hakim, 15 Februari 2026

⁶⁹ Hasil wawancara, karyawan magang, Alfin, 18 Februari 2026

“Hal lain selain komunikasi karena aku senang di office karena kalo nanya bisa langsung ke solve saat itu juga, di kantor kalo bingung ada temennya, nyaman karna lingkungannya meskipun introvert tapi malah aku nyaman ketemu banyak orang”

Selain *downward* dan *upward communication* yang diterapkan, horizontal communication atau komunikasi antarindividu di kantor menjadi salah satu faktor suasana kerja yang *supportive*. David sebagai karyawan paling lama berpendapat bahwa sekarang ini sudah tidak ada rasa canggung untuk memulai percakapan, bahkan ia sering meminta pendapat karyawan lain yang masih satu divisi untuk memberikan masukan terhadap tugas yang sedang dikerjakan. David mengaku tidak merasa terancam, justru cara tersebut membuka jalan pikirannya sebagai pekerja di kreatif agensi⁷⁰.

Sejalan dengan David, Gema Eka juga salah satu karyawan ketiga yang bergabung dengan Potara Studio. Gema menyatakan, meskipun saat itu dia satu-satunya pegawai perempuan, Gema tetap produktif melakukan pekerjaannya karena rasa kedekatan yang dibentuk dan mengurangi kecanggungan yang ada. Sebagai Project Manager ia melihat bahwa para karyawan saling membantu dalam berbagai kegiatan dari tugas hingga kegiatan santai diluar jam kerja⁷¹.

Namun, strategi tersebut baru diterapkan dalam beberapa bulan terakhir, sebelumnya dalam wawancara dengan Anggayudha, ia menyatakan selama kurun waktu 5 bulan terjadi kegagalan komunikasi dari karyawan dan atasan. Hal ini dikarenakan adanya dua project manager dalam satu waktu. Sehingga, fokus tim sempat terbagi antara manajer project dan manajer marketing. Untuk itu, Angga mengusulkan agar proses distribusi, laporan, dan absensi dikembalikan menjadi satu, yang dipimpin oleh Gema Eka.

⁷⁰ Hasil wawancara, UIUX Designer, David Satria, 15 Februari 2026.

⁷¹ Hasil wawancara, Project Manager, Gema Eka, 15 Februari 2026.

Dari permasalahan tersebut, pemimpin mencoba menstabilkan suasana dan komunikasi di tempat kerja seperti semula. Alif Ghibran membuat upaya-upaya dalam membangun motivasi dan semangat para pegawai melalui apresiasi, bonus, fasilitas, hak secara adil, serta memperhatikan beban kerja. Saat terjadi kesalahpahaman, pemimpin menjadi jembatan yang menengahi dengan baik, memberikan informasi ulang dengan tegas namun tetap menjaga kesehatan mental tim.

“Biasanya ada sesi retro speak disana ada diskusi mengenai apa yang kurang apa yang perlu di improve selama project berlangsung dan berusaha untuk tetap tenang agar keryawan ga berlarut-larut.”⁷²



Gambar 11: Kegiatan retro speak sebagai bahan evaluasi, apresiasi, dan motivasi dari atasan ke bawahan.

Upaya tersebut dilakukan semenjak terjadi penurunan produktivitas karyawan terutama mengenai jam masuk kerja dan kinerja saat sistem *daring* diberlakukan. Memberikan feedback positif, apresiasi, kejelasan alur komunikasi dan fasilitas untuk pegawai menjadi pendekatan yang sedang dijalankan. Disisi lain, para pemimpin turut membuat sistem yang cukup tegas agar karyawan tidak menyepelkan perusahaan. Mochamad Hakim mengungkapkan

“Cara menjaga rasa tanggungjawab dari karyawan itu dikasih punishment kalo telat absen pagi dan sore karena bantu juga buat tracking kinerjanya dan

⁷² Hasil wawancara, Business Director, Alif Ghibran, 15 Februari 2026

sejauh ini berhasil buat report atau update sehari-hari. Kalo masih susah kita coba lakuin komunikasi personal aja kaya sistem one on one, kita kasih tau performa dan kedepannya mau gimana kalo gitu terus”⁷³

Selama bekerja, motivasi yang dimiliki oleh karyawan dapat memengaruhi tercapainya tujuan perusahaan. David merasakan dampak dorongan dari dalam diri untuk menjadi loyal dipengaruhi oleh motivasi yang didapatkan selama bekerja. Ia mengungkapkan bahwa stakeholder membantu menjaga semangat dikarenakan setiap bekerja ia selalu diapresiasi dan pemakaian kata-kata eksplisit untuk memotivasi membuatnya lebih senang. David menambahkan dalam wawancaranya

“Program khusus pemberian penghargaan, dilakuin setahun sekali pas ultah kantor ada reward, sertifikasi, sampai jajan. Salah satu kegiatan seru. Kalo buat salah satu hal yang bikin aku betah disini itu lingkungan Potara karena aku punya cita2 kerja ditempat santai tapi tetep profesional yang kedua itu program outingnya, seru karena bareng2”

Berbeda dengan David, Nanda mengakui faktor utama yang membuat semangat bekerja adalah orang terdekat, yakni ibunya. Tidak hanya sampai disitu, ada hal lain yang memotivasi Nanda, salah satunya adalah lingkungan Potara yang positif memudahkannya untuk beradaptasi dan berani mengekspresikan dirinya lebih cepat. Ia membandingkan dengan tempat kerja sebelumnya. Dahulu, Nanda kesulitan untuk menyesuaikan dan berkomunikasi sejak awal bahkan hingga masa kontraknya selesai.

“Sekarang, aku lebih semangat buat bikin ilustrasi, pola pikirku tambah luas karena disini selalu dikasih arahan buat cari referensi dimana2, bener bener dikasih kesempatan buat berkembang. Padahal sebelumnya aku gambar2 aja sekarang jadi lebih banyak taunya”⁷⁴

Begitu juga dengan Gema Eka, memegang jabatan sebagai Project Manager membutuhkan banyak tenaga dan pikiran untuk membagi fokus. Gema, berusaha untuk tetap semangat sekalipun perusahaan sedang mengalami penurunan. Hal-hal yang membuat ia tetap termotivasi hingga sekarang adalah lingkungan dan masukan

⁷³ Hasil wawancara, Marketing Director, Mochamad Hakim, 15 Februari 2026

⁷⁴ Hasil wawancara, Ilustrator, Nanda Widya, 15 Februari 2026.

yang positif, para stakeholder turut memberikan kepercayaan penuh kepada Gema dalam pengawasan dan pendistribusian tugas. Dalam wawancara, ia mengatakan.

“Menurutku lingkungan di tempat kerja paling mempengaruhi aku sih diantara yang lain. Masukan2 positif bikin aku betah disini, meskipun banyak pembelajarannya tapi penyampaianya oke banget karna ada diskusinya bikin aku tambah bertanggungjawab. Walopun bonus-bonus bikin happy karna disini ada bonus lebaran atau kenaikan gaji.”⁷⁵

Menyadari loyalitas karyawan sangat penting bagi perusahaan, Anggayudha menerapkan sistem kerja santai di kantor seperti memberikan ruang untuk menikmati waktu bagi karyawan diantaranya, bermain game, PS, jalan-jalan, makan dan minum, serta menonton film yang dapat dilakukan saat waktu kerja, Menurut Angga jeda sebentar ketika kehilangan ide dapat membantu pikiran lebih rileks. Sese kali Angga mengajak berbincang di sela-sela pekerjaan.



Gambar 12: Aktivitas bermain game di sela-sela pekerjaan sebagai upaya merileksan pikiran guna menjaga semangat kerja.

⁷⁵ Hasil wawancara, Project Manager, Gema Eka, 15 Februari 2026.

E. Motivasi Kerja Pada Karyawan Potara Studio

Bagian ini menyajikan hasil penelitian yang berfokus pada motivasi kerja karyawan di Potara Studio berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap delapan narasumber, yang terdiri atas pimpinan, manajer, karyawan tetap, serta tenaga magang. Wawancara dilakukan guna mengungkap secara langsung bagaimana kondisi motivasi kerja di lingkungan Potara Studio, faktor-faktor apa saja yang membentuk dan mempertahankan motivasi tersebut.

Nanda, seorang ilustrator yang baru bergabung selama satu bulan, mengungkapkan perubahan yang ia rasakan sejak bekerja di Potara Studio. Menurutnya, ruang eksplorasi yang diberikan oleh manajemen telah membuka kreativitasnya secara signifikan

*"Aku lebih semangat buat bikin ilustrasi, pola pikirku tambah luas karena disini selalu dikasih arahan buat cari referensi dimana-mana, bener-bener dikasih kesempatan buat berkembang. Padahal sebelumnya aku gambar-gambar aja sekarang jadi lebih banyak taunya."*⁷⁶

Hal serupa diungkapkan oleh Alfin, mahasiswa magang UI/UX, yang menyatakan bahwa ia merasa termotivasi karena Potara Studio memberikan kesempatan untuk belajar langsung dan melakukan eksplorasi desain secara nyata, bukan sekadar mengerjakan tugas yang bersifat administratif. Baginya, pekerjaan yang menantang secara positif dan relevan dengan bidang minatnya membuat setiap tugas terasa bermakna dan berdampak⁷⁷.

Temuan penelitian ini mengonfirmasi adanya tindakan apresiasi dari pihak pimpinan, dimana hampir semua informan menyebutkan apresiasi verbal maupun non-verbal dari stakeholder dan rekan kerja sebagai salah satu pendorong motivasi terkuat mereka. Anggayudha sebagai *Creative Director* menjelaskan bahwa apresiasi

⁷⁶ Hasil wawancara, Ilustrator, Nanda Widya, 15 Februari 2026.

⁷⁷ Hasil wawancara, karyawan magang, Muhamad Alfin, 18 Februari 2025.

diberikan secara personal maupun kolektif setiap kali sebuah proyek atau portofolio berhasil diselesaikan

*"Ada treatment khusus untuk meningkatkan motivasi, salah satunya directionnya jelas, kasih apresiasi tiap project/portfolio selesai dengan ucapan secara personal atau di grup yang semua anggota ada disitu dengan di tag"*⁷⁸

Pola apresiasi yang bersifat public, yakni memberikan ucapan penghargaan di dalam grup yang diikuti oleh seluruh anggota tim memiliki dampak psikologis yang cukup besar. Pengakuan yang disaksikan oleh rekan-rekan kerja tidak hanya meningkatkan kebanggaan individu yang bersangkutan, tetapi juga menciptakan budaya saling menghargai yang berdampak positif pada iklim kerja secara keseluruhan. David Satria juga menegaskan pentingnya apresiasi verbal dari atasan dalam menjaga semangat kerjanya

*"Stakeholder bantu semangatku terjaga karena mereka appreciate kerjaanku, kata-kata eksplisit motivasi, pas kasih feedback juga bikin aku termotivasi karena aku dapet masukan baru dapet ilmu baru."*⁷⁹

Pernyataan ini menunjukkan bahwa bagi informan, apresiasi tidak hanya dimaknai sebagai pujian semata, melainkan juga sebagai proses transfer pengetahuan yang memperkaya kompetensinya. Selain dukungan apresiasi, karyawan termotivasi sebab diberikan kepercayaan langsung oleh atasan. Gemaka Eka sebagai Project Manager, menuturkan bahwa kepercayaan yang diberikan oleh pimpinan kepadanya merupakan salah satu sumber motivasi yang paling berarti

"Stakeholder juga selalu ngasih arahan ga pernah dilepas sendiri tapi tetep dikasih kepercayaan dan kesempatan buat aku mandiri, ini yang bikin percaya diri. Begitupun aku selalu percaya sama pekerja lain dengan biarin mereka explore sesuai style kerja mereka dan hasilnya juga selalu memenuhi ekspektasi".

⁷⁸ Hasil wawancara, Creative Director, Anggayudha, 15 Februari 2026.

⁷⁹ Hasil wawancara, UIUX Designer, David, 15 Februari 2026.

Narasumber menyampaikan bahwa pada awalnya ia memiliki banyak keraguan dalam mengerjakan tugas yang diberikan. Namun, adanya ruang untuk bereksplorasi serta kesempatan untuk berdiskusi membuat rasa percaya dirinya meningkat⁸⁰. Kondisi tersebut mendorong munculnya semangat yang lebih besar dalam proses pembuatan ilustrasi. berhasil mengikis rasa ragu yang selama ini menghambatnya. Informan mengakui bahwa pada awalnya ia memiliki banyak keraguan dalam mengerjakan tugas yang diberikan. Namun, adanya ruang untuk bereksplorasi serta kesempatan untuk berdiskusi membuat rasa percaya dirinya meningkat. Kondisi tersebut mendorong munculnya semangat yang lebih besar dalam proses pembuatan ilustrasi.

Potara Studio menyediakan berbagai fasilitas pendukung kerja sebagai bentuk dukungan secara langsung selain tindakan verbal. Hakim sebagai *Marketing Director* sekaligus salah satu pendiri studio, menjelaskan berbagai bentuk dukungan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan.

“Ada fasilitas lain kaya jajan, minuman, es krim, meja bar buat bikin kopi sendiri, PS5, Netflix gratis juga. Tambahan dari kita kasih tunjangan peningkatan skill gratis kalo ada yang pengen keterampilannya bertambah. Software yang dipakai pekerja juga udah premium biar mereka pakai lebih enak dan legal. Tambahan kantor kasih PC, laptop, iPad buat karyawan, intinya provide.”⁸¹

Ketersediaan fasilitas yang ini merupakan bagian dari strategi manajemen untuk menciptakan kondisi kerja yang nyaman dan meminimalkan hambatan teknis yang mengganggu produktivitas. Adapun aspek motivasi dari segi kompensasi adil yang turut diperhatikan manajemen Potara Studio. Alif Ghibran menyebutkan bahwa pemberian apresiasi diwujudkan dalam bentuk bonus dan perhatian terhadap beban kerja karyawan. Sebagai project manager, Gema menambahkan bahwa bonus

⁸⁰ Hasil wawancara, Project Manager, Gema Eka, 15 Februari 2026.

⁸¹ Hasil wawancara, Marketing Director, Mochamad Hakim, 15 Februari 2026.

yang diberikan, termasuk bonus lebaran dan kenaikan gaji, turut berkontribusi pada kepuasan kerja meskipun bukan faktor utama yang menggerakkan motivasinya.

Faktor lain yang turut meningkatkan semangat kerja karyawan menurut Gema adalah lingkungan. Informan mengungkapkan secara eksplisit bagaimana rasa kedekatan antaranggota tim turut memengaruhi semangatnya dalam bekerja setiap hari. Ketika komunikasi atau interaksi antaranggota berkurang, ia merasa kebingungan dalam melanjutkan pekerjaan yang sedang dikerjakan. Sebaliknya, interaksi sederhana seperti percakapan ringan antaranggota tim mampu menumbuhkan kembali semangat untuk melanjutkan tugas. Menurutnya, lingkungan kerja yang mendukung serta adanya kegiatan atau interaksi bersama di Potara Studio menjadi salah satu faktor yang mendorong munculnya motivasi kerja. Kemudian, diperkuat oleh Nanda, yang merupakan karyawan paling baru, ia menyatakan proses adaptasi dapat berlangsung lebih cepat dibandingkan dengan pengalaman kerjanya di tempat lain, dikarenakan berkat keterbukaan dan keramahan rekan-rekan di Potara Studio.

F. Peranan Komunikasi Organisasi Perusahaan Potara Studio dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan

Organisasi di perusahaan perlu memiliki strategi komunikasi yang efisien untuk mendukung keberhasilan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawannya. Dalam hal ini, komunikasi organisasi yang melibatkan berbagai aspek komunikasi internal, hubungan antarindividu, komunikasi dari atasan ke bawahan, serta komunikasi dari bawahan ke atasan. Selain itu, komunikasi antarpegawai yang berada pada tingkat yang sama), serta elemen lain seperti, kemampuan berbicara, mendengar, menulis, hingga komunikasi yang berkaitan dengan evaluasi tim. Berdasarkan teori komunikasi organisasi Redding & Sanborn, penulis menganalisis strategi yang diterapkan oleh perusahaan Potara Studio pada setiap karyawan untuk meningkatkan produktivitas dan motivasi kerja sesuai dengan teori Ferderick Herzberg. Berikut adalah hasil analisis berdasarkan wawancara dan temuan di lapangan.

1. Komunikasi Internal

Salah satu aspek penting pertama adalah komunikasi internal. Dalam hal tersebut terdapat beberapa bagian yang diperhatikan seperti proses pertukaran informasi, ide, dan umpan balik yang terjadi di dalam suatu organisasi, antara pimpinan dan karyawan, sesama karyawan, atau sebaliknya, untuk memastikan semua orang tetap terhubung, dan selaras dengan tujuan perusahaan. Pemimpin harus lebih dulu memahami pola setiap anggota sebelum melakukan penugasan. Dari hubungan berulang yang terbentuk, pemimpin lebih mudah dalam menyusun strategi yang tepat.

Hal ini selaras dengan sistem pendistribusian pekerjaan yang diungkapkan oleh Alif Ghibran bahwa melakukan pendampingan secara intensif bagi karyawan dan memberikan ruang diskusi yang terbuka membuat pekerja merasa memiliki tempat eksplorasi yang tinggi. Sebelumnya karyawan jarang memberikan *update* dan absensi sehingga stakeholder dan manajer tidak mengetahui secara pasti pekerjaan yang sedang dilakukan karyawan, rasa tanggungjawab turun. Untuk itu, pendampingan dilakukan untuk memupuk rasa tanggungjawab. Sehingga tercipta suasana yang bebas namun tetap kondusif. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil wawancara David yang menyatakan:

“Sekarang ini workflownya dari manajer dulu tapi kalo project selalu meet bareng-bareng dan nanti dibedah lagi setelah meeting, membantu banget dan sangat jelas, cara kaya gini bikin aku ga pusing karena didampingi langsung”⁸²

⁸² Hasil wawancara, UIUX Designer, David, 15 Februari 2026.



Gambar 13: Kegiatan langsung oleh atasan dalam proses pendampingan pekerjaan karyawan

Komunikasi internal yang tetap terawasi memudahkan tim dalam meminimlisir kesalahpahaman. Tim diberikan kebebasan berpendapat sekalipun saat membahas hal penting dan begitupula sebaliknya para atasan turun langsung mengawasi, mengarahkan, dan memastikan kinerja para karyawannya. Sementara itu, *manager* perusahaan berusaha memastikan tidak ada beban kerja yang berlebihan atau *double job* di setiap karyawan. Sehingga, setiap pagi terdapat rapat rutin selama 30 menit. Gema eka mengungkapkan anggota terkadang memberikan *update* berkala secara inisiatif tanpa diperintah seperti sebelum-sebelumnya dan sejauh hasil kerja yang di ekpektasikan sudah sesuai dengan arahan yang diberikan, hal ini sesuai dengan bentuk-bentuk keterampilan berkomunikasi seperti berbicara, mendengar, dan menulis. Hal tersebut dibuktikan dengan pendapat David bagaimana inisasinya selama ada pekerjaan.

“Aku sendiri kalo update kerjaan bisa langsung manajer atau keatasan tapi lebih banyak ke manajer sih.”

Komunikasi yang terbuka memberikan dorongan dari sisi karyawan dalam manajemen pekerjaan mereka, begitu juga komunikasi internal di Potara Studio membantu karyawan baru dalam masa percobaan dan penyesuaian. Nanda, seorang ilustrator turut menyetujui bahwa pola komunikasi di perusahaan ini sudah berjalan luwes dan tidak kaku dan ia mengakui bahwa para atasan dan karyawan lain sangat aktif. Berikut pernyataannya:

“Komunikasinya enak, gampang dipahami, responnya bagus karna aku banyak nanya tapi langsung di jelasin sejelas-jelasnya, beda dari perusahaanku yang sebelumnya, disini bahasanya luwes ala anak muda gitu, meskipun baru masuk rasa canggungnya dikit”⁸³

Anggayudha menyampaikan adanya penggunaan bahasa informal dalam kesaharian kerja dengan tujuan untuk mempermudah komunikasi dan menghilangkan kecanggungan. Disamping itu, ada cara-cara formal dalam komunikasi yang ditetapkan seperti SOP, laporan (report), presentasi untuk meningkatkan disiplinitas karyawan terhadap pekerjaan. Sebagai project manager Gema bertanggungjawab untuk mengawasi komunikasi melalui report dan presentasi, berikut pernyataan Gema.

“Kalo buat daily report dilakuin tiap karyawan setelah selesai kerja jam 5, aku bikin pengingat otomatis yang muncul kalo jam kerja udah selesai sementara presentasi itu dilakuin setiap ada proyek atau portfolio yang udah kelar dikerjain”

DAILY REPORT
• Setiap anggota tim wajib mengisi daily report paling lambat pada pukul 20.00 setiap harinya.
• Jika laporan dikirim setelah pukul 20.01, maka akan dikenakan sanksi, yaitu membawa snack apapun selama cukup untuk seluruh anggota studio pada hari berikutnya.
• Project Manager akan mencatat setiap keterlambatan dan mengumumkan siapa saja yang wajib membawa snack keesokan harinya.
• Jika pada hari berikutnya anggota tersebut tidak membawa snack, maka ia akan ditugaskan untuk dititipkan membeli makan siang untuk seluruh tim. Anggota tim lainnya dapat menitipkan pesanan dan membayar makanan masing-masing, sementara orang yang bersangkutan bertanggung jawab untuk mengurus dan mengantarkan makan siang yang dititipkan oleh anggota lain.

Gambar 14 : Aturan report dan sanksi

⁸³ Hasil wawancara, Ilustrator, Nanda, 15 Februari 2026.



Gambar 15: Sesi presentasi setelah penyelesaian proyek

Berdasarkan uraian diatas, penulis menarik kesimpulan bahwa data tersebut sesuai dengan teori bab dua yakni teori komunikasi organisasi Redding & Sanborn menekankan bagaimana jaringan komunikasi internal yang kuat, anggota akan ikut berperan dalam setiap keputusan yang dibuat. Pemimpin perusahaan dan manajer memberikan kesempatan berdiskusi dan presentasi langsung dengan karyawan dan tetap melakukan pengawasan serta aturan secara tertulis. Langkah seperti ini berhasil menumbuhkan loyalitas pada tim, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan yang diinginkan lebih cepat.

Sedangkan dalam teori penerapan motivasi kerja, aspek intrinsik dipicu dari *responsibility*, yakni rasa tanggungjawab yang tumbuh karena diberikan otonomi luas dalam berdiskusi, kejelasan informasi/instruksi, serta berinovasi. Herzberg menyatakan karyawan dengan dorongan dari dalam yang kuat cenderung lebih menikmati pekerjaan mereka. Seperti wawancara yang disampaikan oleh David dan Nanda, mereka merasa pekerjaan lebih ringan dan mudah dilakukan karena terus didampingi, diawasi, terdapat instruksi yang jelas, serta keterbukaan komunikasi.

2. *Horizontal Communication*

Komunikasi antarindividu dalam perusahaan merupakan elemen penting yang menentukan efektivitas hubungan kerja pada setiap anggota. Interaksi yang berlangsung secara terbuka, dua arah, dan saling menghargai menciptakan lingkungan yang kondusif dan saling mendukung. Dukungan budaya kerja positif berdampak pada motivasi karyawan. Seperti halnya yang disampaikan Redding & Sanborn dimensi horizontal yang tercipta antar pegawai membentuk persepsi lingkungan kerja. Dalam wawancara, Angga Yudha mengungkapkan jenis komunikasi sehari-hari dipakai yakni informal, tujuannya membuat suasana lebih fleksibel dan santai. Langkah tersebut diambil untuk menghindari kecanggungan antar karyawan dan juga pemimpin.

Meskipun dalam beberapa bulan kemarin perusahaan sedang mengalami pergantian dan penambahan karyawan yang terlalu sering, bahkan ditemukan beberapa individu yang lebih suka menyendiri menurut kesaksian Angga, sebagai pemimpin ia melakukan pendekatan melalui komunikasi ada kegiatan lain yang dilakukan oleh perusahaan dalam menciptakan bonding kuat di lingkungan kerja selain penggunaan bahasa yang tidak formal seperti *outing*, *townhall*, dan sesekali kerja di luar kantor bersama⁸⁴. Strategi ini dimaksudkan agar pekerja merasa lebih dekat dan mengenal satu dengan lainnya. Sejumlah kegiatan diluar kantor membuat beberapa karyawan memiliki motivasi lain untuk bekerja, begitu pula dengan Gema Eka

*“Momen aku termotivasi karena lingkungan atau kegiatan bersama yang bikin kenal satu sama lain, jadi kaya gaada batasan gitu. Itu juga bikin aku termotivasi dan Potara udah ngelakuin itu.”*⁸⁵

⁸⁴ Hasil wawancara, Creative Director, Anggayudha, 15 Februari 2026.

⁸⁵ Hasil wawancara, Project Manager, Gema Eka, 15 Februari 2026.



Gambar 16: Momen townhall yang diadakan oleh Potara sebulan sekali



Gambar 17: Momen outing dan buka Bersama kantor

Gema menambahkan bahwa, rasa kedekatan antaranggota tim memiliki pengaruh terhadap motivasi untuk menyelesaikan tugasnya lebih cepat karena memahami cara kerja anggota dan keluhan setiap harinya. Komunikasi disini berperan menyatukan anggota di perusahaan sehingga tercipta rasa kebersamaan dengan tim. Percakapan sederhana antaranggota, walaupun tidak selalu membahas hal teknis, berfungsi mempererat hubungan di tempat kerja. Dengan demikian, komunikasi antarindividu di dalam organisasi tidak hanya menjaga kelancaran koordinasi, tetapi juga memperkuat ikatan sosial yang mendukung produktivitas.

Lingkungan yang menyenangkan turut dirasakan oleh pegawai magang di Potara Studio, Muhammad Alfin mengungkapkan budaya kerja yang ia rasakan selama magang sudah kolaboratif, pegawai tetap mudah diajak berdiskusi dan

terbuka, serta tidak kaku. Hal tersebut membuat Alfin merasa nyaman untuk belajar dan berkembang tanpa takut salah, hal ini sejalan dengan teori motivasi dua faktor yakni peluang untuk berkembang. Komunikasi bukan hanya memberikan kejelasan tugas, namun bagi Alfin, membangun rasa percaya diri, prestasi, dan kekeluargaan. Loyalitas turut dibangun berdasarkan pengalaman yang menyenangkan, seperti karyawan tetap yang sudah mengabdikan dirinya selama 3 tahun, David menyampaikan bagaimana hubungan antar tim berjalan sejauh ini,

“Komunikasi antar temen udah enak udah ga canggung mau apa2 satset kita juga saling bantu saling tanya kalo ada kendala atau kesusahan. Meskipun awal2 masuk ga seluwes sekarang. Sekalipun itu nanya soal kerjaan. Jadi nambah pandangan baru bikin aku mikir kenapa aku ga bikin itu juga ya dari tadi. Potara salah satu lingkungan yang aku ekspektasiin selama ini, enak, santai tapi tetap profesional.”

David turut menambahkan pandangannya mengenai pola komunikasi antar karyawan baru-baru ini yang terjadi di Potara Studi, bahwa ia merasa impiannya bekerja di tempat yang memupuk rasa percaya dan kebersamaan antar tim sudah tercapai. Bagi David, hal tersebut merupakan sebuah cita-citanya selama ini sebagai seorang fresh graduate yang dahulu cukup takut memulai percakapan bahkan David mengakui bahwa ia introvert, namun Potara mampu membuatnya nyaman berdiskusi.



Gambar 18: Suasana kolaborasi antar karyawan yang mendukung dalam penyelesaian tugas.

Dari hasil wawancara tersebut, menunjukkan bahwa kondisi ini mencerminkan peningkatan hubungan yang sehat. Ketika karyawan merasa tidak canggung untuk bertanya atau berdiskusi, bahkan terkait pekerjaan, hal tersebut menandakan adanya iklim komunikasi yang suportif. Lebih lanjut, kalimat “kita juga saling bantu saling tanya kalo ada kendala atau kesusahan” memperlihatkan adanya pola komunikasi kolaboratif. Komunikasi tidak berjalan satu arah, melainkan timbal balik dan partisipatif dari setiap anggota perusahaan.

Lingkungan kerja yang “enak, santai tapi tetap profesional” termasuk dalam faktor hygiene, khususnya terkait hubungan antar rekan kerja dan suasana kerja. Faktor ini tidak secara langsung meningkatkan kepuasan kerja secara signifikan, tetapi keberadaannya mencegah timbulnya ketidakpuasan. Di sisi lain, dukungan atau pengakuan dari tim mendukung temuan pada faktor motivator yakni *recognition*. Kesempatan untuk berkembang, kolaborasi, mendapatkan ide baru, serta merasakan kontribusi dalam tim menjadi bentuk pencapaian intrinsik yang meningkatkan kepuasan kerja.

Sebagai karyawan magang, Tiara mengungkapkan bahwa lingkungan dan budaya kerja di Potara Studio menyenangkan. Narasumber menyatakan bahwa orang-orang di perusahaan ini terbuka, ramah, dan tidak sungkan untuk membantu, terutama terhadap pegawai magang. Budaya kerja di Potara Studio digambarkan cukup fleksibel namun tetap profesional, menciptakan suasana yang tidak terlalu kaku namun tetap fokus pada hasil kerja⁸⁶. Data temuan lapangan ini menunjukkan bahwa Potara Studio memiliki fondasi budaya organisasi yang positif untuk mendukung efektivitas komunikasi horizontal. Keterbukaan dan keramahan yang dirasakan karyawan mengindikasikan bahwa indikator keterbukaan (*openness*) dalam komunikasi horizontal terpenuhi dengan baik.

⁸⁶ Hasil wawancara dengan UIUX Design magang, Tiaraasyifa, 18 Februari 2026

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa Potara Studio menerapkan strategi *horizontal communication* teori Redding & Charles. Suatu bagian yang melibatkan hubungan antar karyawan untuk menciptakan koordinasi, kolaborasi, berbagi pengetahuan, dan penyelesaian masalah antar bagian atau individu. Komunikasi ini merupakan pertukaran informasi antara individu atau departemen yang memiliki level, jabatan, atau posisi yang setara/sejajar dalam suatu organisasi. Melalui komunikasi di setiap bagian yang kooperatif dan mendukung antar tim, pegawai lebih cepat menyelesaikan pekerjaannya.

Sedangkan berdasarkan teori motivasi, lingkungan menjadi salah satu faktor *hygiene* (dari luar) yang dapat memberikan motivasi bagi karyawan secara tidak langsung. Komunikasi antar rekan yang berjalan sejauh ini memabntu meminimalkan kesalahpahaman, konflik, dan ketidakpuasan kerja, sehingga berkontribusi terhadap terpenuhinya faktor ekstrinsik seperti hubungan antarindividu dan kondisi kerja yang kondusif. Berdasarkan hasil wawancara besar informan di Potara Studio menyatakan setuju bahwa komunikasi individu setiap divisi yang baik membuat karyawan merasa lebih dihargai (*recognition*) dan pencapaian (*achievement*) mendapatkan tempat kerja yang diinginkan sesuai penuturan David. Dengan demikian, komunikasi antarindividu yang berjalan sejauh di kantor Potara menjadi salah satu fondasi penting dalam membangun budaya kerja yang mampu meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja karyawan.

3. *Downward Communication*

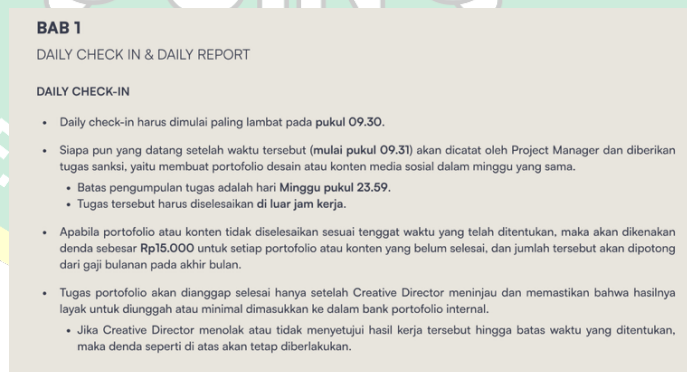
Downward Communication adalah penyampaian pesan dari pihak manajemen atau pimpinan kepada karyawan yang berada pada tingkat struktur di bawahnya. Bentuk komunikasi umumnya berkaitan dengan penyampaian arahan kerja, kebijakan perusahaan, standar operasional, serta tujuan yang ingin dicapai organisasi. Alif menuturkan dari awal Potara berdiri, tidak ada SOP pasti sehingga

karyawan banyak yang melakukan alpha, izin, dan keterlambatan pada jam masuk kantor. Sebagai pemimpin, Alif Ghibran mengungkapkan cara mengatasi hal tersebut dilakukan dengan pemberian SOP, sanksi, dan rapat rutin 30 menit setiap pagi antara karyawan dengan manager, dan sesi *one-on-one* tiap satu bulan sekali karyawan dengan pemimpin. Tidak hanya dari pemimpin, manajer turut membantu mendistribusikan tugas dan mengawasi karyawan.

“Sebagai PM aku selalu kasih notes dan update tanpa nunggu karyawan yang nanya, biasanya aku tandain beberapa bagian di brief atau di file figmanya biar langsung dilihat sama yang lain”⁸⁷



Gambar 19: SOP perusahaan Potara Studio



Gambar 20: Sanksi absensi

⁸⁷ Hasil wawancara, Project Manager, Gema Eka, 15 Februari 2026.



Gambar 21: Rapat rutin setiap pagi selama 30 menit

Dalam keseharian, pimpinan memberikan arahan yang jelas sebelum pekerjaan dimulai. Alif Ghibran menjelaskan bahwa ia menginstruksikan suatu perintah secara sistematis sehingga pekerja mendapatkan pekerjaan yang sudah jelas. Arahan tersebut biasanya diberikan melalui *briefing* awal proyek, *design challenge*, diskusi di tengah pengerjaan, serta evaluasi di akhir melalui sesi retrospektif. Pola ini menunjukkan bahwa informasi dari atasan tidak hanya bersifat instruksional, tetapi juga mengandung unsur pembinaan.

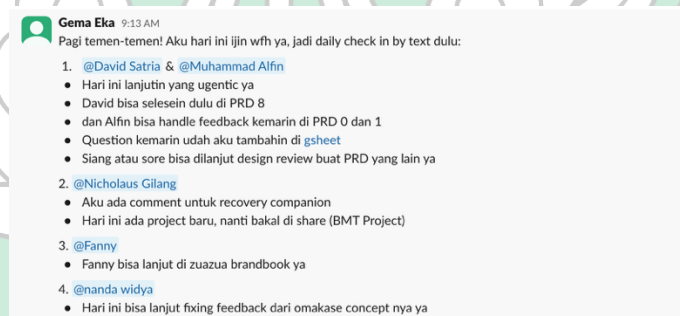


Gambar 22: *briefing* awal proyek oleh pemimpin kepada karyawan secara langsung

Komunikasi ke bawah tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian instruksi, tetapi juga sebagai media pembentukan pemahaman bersama antara pimpinan dan

karyawan. Penyampaian informasi yang dilakukan secara jelas, konsisten, dan mudah dipahami membantu karyawan menyesuaikan diri dengan kebijakan dan perubahan yang terjadi di Potara Studio, Alif menyampaikan di dalam perusahaan terdapat sistem mutlak yang disusun sebagai bentuk perintah yang harus dipatuhi oleh semua anggota turut dilakukan secara tertulis dan formal melalui SOP (Standart Operating Procedure) dan kontrak kerja. Cara tersebut termasuk komunikasi kebawah yang wajib dipatuhi seluruh anggota. Sebagai karyawan, Nanda mengakui di Potara ada alur pembagian tugas yang biasanya dilakukan diluar instruksi formal. Berikut hasil wawancara dengan Nanda

“Saat kasih arahan itu ada flownya, misal stakeholder kasih tugas ke aku, lewat PM, baru aku. Kalo briefing dilakuin bareng2 jadi lebih clear dan jelas. Kalo soal feedback aku biasanya langsung update ke stakeholder karna beliau yang kasih directionnya.”⁸⁸



Gambar 23: instruksi tugas setiap karyawan dari project manager

Kejelasan pesan yang disampaikan menjadi faktor penting agar karyawan dapat memahami tugas dan tanggung jawabnya secara tepat. Dengan adanya komunikasi ke bawah yang terstruktur, perusahaan mampu mengurangkendala yang pernah dialami. Pola ini turut membantu meminimalkan ambiguitas dan menciptakan efisiensi kerja. Selain itu, Project Manager secara aktif memberikan catatan, menandai bagian penting dalam *file* kerja, serta mengirimkan informasi terbaru tanpa menunggu karyawan bertanya terlebih dahulu. Menurut Anggayudha,

⁸⁸ Hasil wawancara, Ilustration, Nanda, 15 Februari 2026.

memberikan arahan yang jelas salah satu tanggungjawab pemimpin dan manajer. Hal ini, menjadi bagian untuk mempermudah pekerjaan karyawan. Selain penyampaian informasi, pemimpin memberikan apresiasi secara langsung apabila karyawan telah menyelesaikan tugasnya. David menyampaikan

“Dulu jarang sih dikasih kata2 motivasi gitu, kalau sekarang lebih sering bahkan aku kalau selesai proyek dikasih kata2 eksplisit pujian atau kalo gak yang lain di tag gitu di grup, rasanya bikin seneng aja kaya bebannya ilang dikit.”

Nanda menambahkan, bentuk apresiasi komunikasi yang terjadi saat kerja remote yakni dengan tagging di grup untuk karyawan yang sudah menyelesaikan proyek kemudian karyawan lain memberikan reaksi dengan kalimat atau emoji, sementara jika dilakukan secara langsung pemimpin akan langsung menyampaikan saat dikantor⁸⁹.

Dalam beberapa kasus kesalahpahaman komunikasi, Alif menyampaikan inisiatifnya sebagai pimpinan yang berperan sebagai penengah dan pemberi solusi. Jika terjadi kesalahan atau penilaian negatif dari klien, atasan menjembatani, mendiskusikan solusi bersama, dan tetap menjaga profesionalitas tim. Pendekatan ini menunjukkan fungsi regulatif dan integratif dalam komunikasi organisasi. Langkah-langkah tersebut didukung oleh wawancara dengan Hakim:

“Kalo ada misskom langsung aja kasih feedback, ditanyain, kalo masih chat ga cukup kita move buat video call.”⁹⁰

Selain aspek teknis pekerjaan, *downward communication* juga tampak dalam pembentukan budaya kerja. Bentuk lain yang diupayakan untuk memaksimalkan kinerja karyawan yakni dengan pemberian fasilitas pelatihan secara gratis, seperti yang dikatakan oleh Alif Ghibran bahwa perusahaan

⁸⁹ Hasil wawancara, Ilustrator, Nanda Widya, 15 Februari 2026.

⁹⁰ Hasil wawancara, Marketing Director, Hakim, 15 Februari 2026.

menyediakan program mentoring yang dapat diikuti oleh seluruh karyawan dengan spesialisasi masing-masing tanpa dipungut biaya⁹¹. Alif menyadari bahwa perkembangan teknologi dan pengetahuan sangat cepat, sehingga sebisa mungkin seluruh karyawan memiliki keunggulan yang selalu relevan di zaman sekarang.

Bentuk lain dari downward communication adalah pemberian fasilitas, seperti kenaikan gaji, upah lemburan, dan pelatihan skill. Seperti yang diungkapkan oleh Hakim sebagai *marketing director* bahwa diperusahaan terdapat games PS5, snack ringan, *reward* bagi karyawan yang berprestasi. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Gema Eka yang menyukai bonus, kenaikan gaji, dan *reward*.

“Masukan2 positif bikin aku betah disini selain dari awal emang aku suka kerjaan itu, meskipun banyak pembelajarannya tapi penyampaiannya oke banget karna ada diskusinya bikin aku tambah bertanggungjawab. Walopun bonus-bonus bikin happy karna disini ada bonus lebaran atau kenaikan gaji.”



Gambar 24: : Karyawan bermain PS5

Berdasarkan hasil pengamatan dan data yang diperoleh, komunikasi ke bawah berperan sebagai sarana utama bagi pimpinan dalam mengoordinasikan tugas dan aktivitas karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa *downward communication* teori komunikasi organisasi Redding & Sanborn berfungsi sebagai

⁹¹ Hasil wawancara, Business Director, Alif Ghibran, 15 Februari 2026.

fondasi pengendalian dan pengarahan aktivitas organisasi, pemimpin Potara Studio melakukan strategi untuk memaksimalkan kelancaran komunikasi dari atas kebawah seperti yang sudah disebutkan tadi pendampingan, apresiasi, kebijakan, fasilitas, bonus, dan arahan langsung melalui berbagai cara dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Dalam konteks motivasi, downward communication tidak hanya berupa instruksi, tetapi juga apresiasi. Anggayudha menjelaskan bahwa setiap *project* yang selesai akan diberikan ucapan secara personal maupun di grup dengan menyebut langsung kepada karyawan yang bersangkutan⁹². Bahkan, terdapat bonus lembur atau penghargaan tertentu untuk pekerjaan berat. Pemimpin juga secara langsung memberikan ucapan terima kasih, *feedback*, serta kata-kata penyemangat sebelum atau selama pengerjaan tugas.



Gambar 25: Penghargaan untuk karyawan terbaik

Hal tersebut didukung oleh pernyataan David yang setuju bahwa informasi atau arahan yang diterima baik dari pemimpin maupun manajer mendorong karyawan untuk segera melakukan tugas yang diberikan. Sekarang ini Potara

⁹² Hasil wawancara, Creative Director, Anggayudha, 15 Februari 2026.

Studio sudah menyelesaikan tugas lebih dari 80+ *project*. Selain perintah, pemimpin turut memberikan apresiasi dan ucapan membangun bagi karyawan. Berikut menurut pendapat Nanda mengenai apresiasi yang diberikan.

“Pas sesi one on one aku selalu diucapin makasih banyak dan diapresiasi atas kinerjaku sendiri kadang abis kelar projectan juga. Aku beberapakali juga diajak evaluasi bareng2 buat track perkembangan dan apa aja yang perlu aku perbaiki kedepannya.”⁹³

Selaras dengan teori motivasi dua faktor Herzberg *recognition* (pengakuan dari orang lain) yang dilakukan oleh pemimpin dan *the work it self* (pekerjaan itu sendiri) memengaruhi rasa percaya diri karyawan dan *advancement* (pengembangan) yang merupakan bentuk strategi dari sisi keahlian agar para karyawan terus mengembangkan keahlian tanpa dipungut biaya sepeserpun. Peraturan yang mengikat turut menjadi faktor ekstrinsik karyawan dalam menjaga produktivitasnya. Komunikasi kebawah yang bersifat lugas, jelas, sistematis namun tidak otoriter mampu mendorong keterlibatan karyawan serta produktivitas dalam proses kerja. Oleh karena itu, *downward communication* di Potara Studio tidak hanya dipahami sebagai alur informasi satu arah, tetapi juga sebagai langkah strategis dalam membangun iklim komunikasi organisasi yang terarah dan produktif.

4. *Upward Communication*

Karyawan sebagai penggerak utama dalam perusahaan, memiliki peranan penting dalam menyampaikan ide, gagasan, dan kritik di sebuah forum organisasi. Sudut pandang pekerja dapat menciptakan kreativitas baru dan kenyamanan di lingkungan perusahaan. komunikasi ke atas menjadi saluran penting bagi karyawan untuk menyampaikan kondisi nyata yang terjadi di lapangan. Keberadaan komunikasi keatas mempermudah pimpinan memperoleh informasi

⁹³ Hasil wawancara, Illustration, Nanda, 15 Februari 2026

yang lebih akurat dan komprehensif mengenai proses kerja. Oleh karena itu Mochamad Hakim mengatakan bahwa pemimpin menerima kritik dan pendapat baik dari sisi manager serta tim. Begitu pula pernyataan dari Alif Ghibran

“Kita kasih ruang buat diskusi disini kadang karyawan ada yang reach out kita dulu, itu oke banget jadi aku tau bingungnya dimana. Kita juga ada sesi daily checkin sebagai jembatan karyawan menyampaikan kendala saat proyek dan one on one, dilakuin setiap sebulan sekali buat nanya ada kendala ngga, ada yang mau disampaikan ngga, dan disitu dilakuin satu-satu setiap karyawan”⁹⁴



Gambar 26: Daily check-in dilakukan setiap hari pukul 09.00, dihadiri seluruh anggota tim, membahas proses dan kendala pekerjaan.

Salah satu karyawan yang merasakan dukungan dari ketersediaan ruang diskusi adalah Alfin. Meskipun hanya diberikan durasi kerja selama tiga bulan. Alfin memanfaatkan kesempatan tersebut untuk menambah pengalaman bekerja sekaligus melatih dirinya terjun langsung di perusahaan. Alfin juga sempat mengalami miskomunikasi sehingga ia kerap mengalami keterlambatan dalam mengumpulkan tugas. Ia mengakui setelah manajer menegurnya dan mengajak diskusi terkait masalah yang dihadapi, kendala keterlambatan dapat diatasi. Terkait komunikasi keatas Alfin menyatakan.

⁹⁴ Hasil wawancara, Business Director, Alif Ghibran, 15 Februari 2026.

“Mereka cukup responsif. biasanya membantu memprioritaskan tugas, membuka ruang diskusi soal timeline, dan memastikan beban kerja tetap masuk akal. itu bikin aku merasa didukung, bukan ditekan”⁹⁵

Selain Alfin, dalam wawancara dengan Gema ia mengakui bahwa setiap ada kendala seputar proyek atau klien ia langsung menanyakan ke atasan, dapat berupa lewat chat atau saat dikantor langsung menghampiri atasan. Terkadang Gema meminta untuk berdiskusi langsung agar lebih memahami yang disampaikan oleh atasan⁹⁶.

Hasil wawancara dengan Alfin dan Gema, membuktikan pola komunikasi antara atasan dan karyawan di organisasi berjalan secara dua arah dan tidak bersifat instruktif semata. Responsivitas pimpinan dalam membantu menentukan prioritas kerja, membuka ruang diskusi mengenai jadwal, serta memastikan beban kerja tetap proporsional menunjukkan adanya praktik komunikasi partisipatif. Dalam perspektif W. Charles Redding dan Sanborn, kondisi ini mencerminkan fungsi komunikasi organisasi yang tidak hanya mengatur pekerjaan, tetapi juga menyesuaikan pelaksanaannya agar tetap realistis dan terkoordinasi dengan baik sesuai dengan komunikasi dari bawah keatas. Dari sisi motivasi kerja, pola komunikasi tersebut berpengaruh terhadap kondisi psikologis karyawan. Rasa “didukung, bukan ditekan” menandakan bahwa proses pengawasan dilakukan dengan sehat sehingga mampu mencegah munculnya ketidakpuasan kerja, sebagaimana dijelaskan dalam faktor *higiene* pada teori dua faktor Frederick Herzberg.

Dukungan upward communication oleh atasan turut dirasakan efeknya oleh pekerja magang lain, Tiara Asyifa. Ia mengungkapkan pendapatnya dihargai terutama saat memberikan ide yang membangun. Ketika karyawan merasa aman

⁹⁵ Hasil wawancara, karyawan magang, Alfin, 18 Februari 2026.

⁹⁶ Hasil wawancara, Project Manager, Gema Eka, 15 Februari 2026.

dan tidak khawatir terhadap konsekuensi negatif, pekerja cenderung lebih berani menyampaikan pendapat secara jujur. Sebagai karyawan yang paling lama bergabung,

Kemudian Tiara mengakui ia mudah untuk menghubungi manager dan mentornya, sebagai karyawan magang ia pernah sesekali merasa canggung memulai pembicaraan, terlebih saat Tiara terkadang harus mengambil jeda ditengah waktu jam kerja berlangsung untuk mengikuti perkuliahan di kampus. Kondisi tersebut turut memengaruhi kinerjanya sehingga berdampak terhadap keterlambatan pengerjaan tugas yang melebihi batas waktu yang sudah ditentukan. Dalam kasus seperti ini, project manager melakukan pendampingan ruti, perizinan, serta menjadi jembatan komunikasi yang sehat anatar pagawai magang dengan mentor sebagai bentuk inisiatifnya.

David turut merasakan bahwa ia diberikan ruang terbuka sehingga lebih berani menyampaikan pendapatnya. Salah satu contoh bagaimana David sebagai memberikan informasi kepada atasan melalui media digital saat WFH.

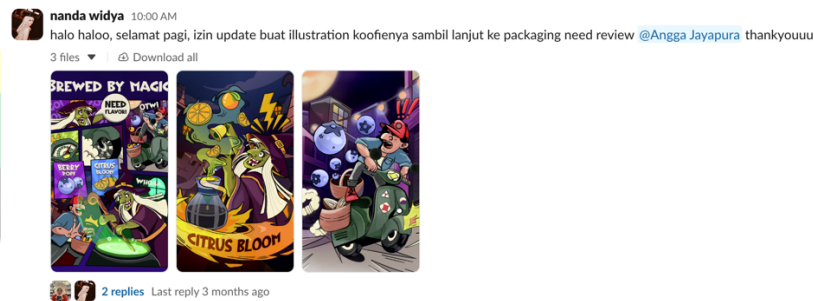
“Aku biasa chat langsung di slack sih, kadang ada brief yang bingungin langsung kutanya aja ke manajernya atau kadang kalo projectnya butuh cepet aku langsung bilang ke stakeholdernya biar langsung direview, sesekali kasih alternatif design dan biasanya kepa ke atau ada revise dikit lah”⁹⁷

Penyataan David, didukung oleh Nanda seorang karyawan baru yang bekerja pada bidang illustrator mengungkapkan mudahnya mengajak atasan untuk bertukar pikiran. Narasumber menyatakan ia sering berdiskusi dengan stakeholder untuk membahas bagaimana hasil kerja yang terbaik, dan merasa diberi kesempatan untuk mengkreasi ide-ide tanpa terpaku dengan arahan yang sudah diberikan. Hal ini, membuktikan Potara Studio tidak hanya meminta

⁹⁷ Hasil wawancara, UIUX Designer, David, 15 Februari 2026.

karyawan untuk melaksanakan instruksi dari atas, melainkan secara aktif dilibatkan dalam proses dan pengembangan konsep kerja.

“Aku kira bakal susah beradaptasi tapi ternyata engga, dari segi komunikasi keatasan juga aman aja sejauh ini bahkan aku sangat nyaman buat minta meeting buat sekedar tanya atau Ketika aku punya ide yang agak beda dari brief langsung disampaikan”



Gambar 27: Nanda Widya meminta review dan feedback atas pekerjaannya melalui grup di Slack

Temuan bahwa karyawan "merasa diberi kesempatan untuk mengkreasi ide-ide mereka" menunjukkan bahwa upward communication di Potara Studio tidak hanya bersifat responsif (menjawab pertanyaan atau menyelesaikan masalah yang diberikan), melainkan juga proaktif dan kreatif. Ketika karyawan menyatakan bahwa mereka diberi "kesempatan untuk mengkreasi ide-ide," ini merupakan contoh langsung dari faktor motivatori yakni kesempatan untuk berkembang (advancement) dan pengakuan (recognition) sebab pemimpin dan manager mengakui kemampuan tim dengan memberi kebebasan mereka menuangkan gagasan sebagai desainer. Selain itu, Gema sebagai *project manager* turut dipercaya untuk mengambil Keputusan seperti soal perizinan, cuti, arahan, ia merasa itu adalah prestasi kerja. Faktor pertama adalah *achievement* atau prestasi kerja, yakni kesempatan untuk memegang bagian yang berbeda dari tugasnya yang merupakan bentuk *Upward Communication* dari sisi managerial.

Baradasarkan uraian diatas, penulis menarik kesimpulan bahwa, teori komunikasi organisasi Redding & Charles yakni *upward communication* berfungsi sebagai sarana penghubung antara karyawan dan manajerial. Karyawan dapat menyampaikan masalah, kendala, dan menyuarakan ide yang dimiliki tanpa terhalang jabatan maupun pengalaman. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi ke atas memiliki peran dalam mendukung dalam keberlangsungan budaya dan keharmonisan organisasi. Yang dilibatkan melalui komunikasi ke atas cenderung memiliki rasa tanggung jawab yang lebih tinggi terhadap pekerjaan yang dijalankan (*responsibility*). Faktor hygiene (ekstrinsik) seperti keamanan berpendapat yang membuktikan bahwa karyawan di Potara Studio dengan mudah mengajukan pendapat, kritikan, dan ide mereka. Hal ini berdampak pada meningkatnya komitmen karyawan dalam mencapai tujuan organisasi.

G. Hambatan Komunikasi Pada Potara Studio

Komunikasi organisasi di Potara Studio secara umum telah berjalan dengan cukup baik, penelitian ini juga menemukan sejumlah hambatan komunikasi yang terjadi dalam praktik kerja sehari-hari. Temuan hambatan komunikasi dalam penelitian ini terdapat empat kategori utama, yaitu hambatan yang bersifat teknis dan situasional dalam kondisi kerja jarak jauh, hambatan akibat kelalaian dokumentasi, hambatan adaptasi pada karyawan baru, serta hambatan yang paling kompleks yakni miskomunikasi lintas divisi yang berkaitan dengan ambiguitas kewenangan.

Penerapan sistem kerja campuran atau *hybrid*, yang mengombinasikan *Work from Home (WFH)* dan *Work from Office (WFO)* di Potara Studio memberikan fleksibilitas yang diapresiasi oleh seluruh karyawan. Namun di sisi lain, kondisi kerja jarak jauh juga membawa konsekuensi berupa melemahnya intensitas dan kecepatan komunikasi antarpersona yang dalam kondisi tatap muka dapat berlangsung secara spontan dan responsif.

David Satria, seorang UIUX Designer yang telah cukup lama bergabung di Potara Studio, secara terus terang mengakui bahwa hambatan komunikasi paling sering ia rasakan justru dalam kondisi kerja jarak jauh (WFH). Ia memaparkan fenomena tersebut sebagai berikut

"Komunikasi di Potara sejauh ini berjalan baik, kendalanya pas lagi WFH kadang ada yang jawabnya lama atau ga respon, terus ada miss komunikasi tapi sejauh ini aman."⁹⁸

Anggayudha sebagai pemimpin mengidentifikasi hambatan serupa dari perspektif manajerial. Dalam pengamatannya, kondisi kerja dari rumah membatasi kemampuan tim untuk memberikan dukungan secara langsung, mengingat setiap individu memiliki pola kerja dan tingkat konsentrasi yang berbeda-beda

"Bentuk lainnya saat WFH ya karena komunikasi ga langsung kita kasih support karena ada orang yang kerja sendiri itu fokus ga bisa buka media lain, yaudah ditunggu aja tapi kalo ada urgensi jelas langsung chat dan call, yang penting absen pagi dan sore ga telat karna itu bentuk komitmen."

Pernyataan tersebut mengungkap dilema manajerial, di satu sisi, manajemen harus menghormati ritme kerja individual karyawan yang pada kondisi kerja *remote* cenderung lebih terfokus dan tidak ingin terganggu. Namun di sisi lain, kebutuhan koordinasi tetap harus terpenuhi, terutama dalam situasi yang mendesak. Solusi yang diterapkan oleh pihak perusahaan yakni menggunakan sistem absensi pagi dan sore sebagai jembatan komunikasi. Langkah ini cara menjaga kesinambungan koordinasi tanpa harus menginterupsi konsentrasi kerja karyawan secara berlebihan.

Hambatan berikutnya yang ditemukan dalam penelitian ini bersumber dari kelalaian individu dalam mendokumentasikan dan meneruskan informasi secara tepat waktu. Sebagai *project manager*, Gema Eka mengakui bahwa dirinya pernah menjadi

⁹⁸ Hasil wawancara, UIUX Designer, David Satria, 15 Februari 2026.

sumber hambatan komunikasi akibat kelalaian dalam membuat catatan dan pembaruan informasi kepada tim.

"Komunikasi dilakuin pakai komunikasi langsung biar gaada mislead, tapi kadang sebagai PM lupa buat kasih notes makanya ada missskom, kalo sekarang aku selalu notes dan update makanya komunikasinya udah lebih baik." ⁹⁹

Hambatan serupa juga disampaikan oleh Alif dari perspektif kepemimpinan. Menurutnya, miskomunikasi yang pernah terjadi di Potara Studio, termasuk yang melibatkan umpan balik negatif dari klien. Pemimpin berusaha mengatasi yang tidak hanya dengan memberikan solusi teknis, tetapi juga dengan membangun forum diskusi bersama yang disebut sebagai sesi *retro speak*. Dalam forum tersebut, seluruh anggota tim bersama-sama melakukan evaluasi terhadap yang kurang optimal selama berlangsungnya sebuah proyek dan mendiskusikan langkah-langkah perbaikan ke depannya.

Masalah komunikasi yang kerap terjadi di perusahaan berikutnya berkaitan dengan proses adaptasi komunikasi pada karyawan yang baru bergabung. Setiap individu membawa kebiasaan komunikasi, ekspektasi, dan tingkat kenyamanan interpersonal yang berbeda-beda. Ketika seorang karyawan baru memasuki lingkungan organisasi yang telah memiliki norma dan ritme komunikasi yang mapan, proses penyesuaian pun tidak selalu berlangsung mulus. Hakim, seorang Marketing Director sekaligus salah satu pendiri Potara Studio, mengidentifikasi pola hambatan ini dengan cukup spesifik:

"Kalo dari segi lingkungan udah baik sih, tapi kalo sama karyawan baru kadang ada yang miskom dan susah dihubungi karna mereka masih menyesuaikan diri." ¹⁰⁰

Potara Studio merespons hambatan ini melalui dua pendekatan yang saling melengkapi. Pertama, manajemen memberikan sistem punishment berupa denda bagi

⁹⁹ Hasil wawancara, Project Manager, Gema Eka, 15 Februari 2026.

¹⁰⁰ Hasil wawancara, Marketing Director, Mochamad Hakim, 15 Februari 2026.

karyawan yang terlambat melakukan absensi digital pagi dan sore, yang dimaksudkan untuk membangun disiplin komunikasi dasar sejak awal masa kerja. Kedua, bagi karyawan yang masih mengalami kesulitan beradaptasi meski telah mendapat peringatan melalui sistem, manajemen menerapkan pendekatan komunikasi personal melalui mekanisme *one on one*. Pendekatan tersebut yang dijalankan di Potara Studio merupakan sebuah percakapan tatap muka antara pemimpin atau manajer dengan karyawan secara individual.

Anggayudha juga menyinggung hambatan adaptasi yang bersifat lebih interpersonal, yakni adanya karyawan yang cenderung lebih suka menyendiri dan merasa kurang nyaman untuk terlibat dalam komunikasi sosial yang bersifat informal, berikut pernyataan dari Anggayudha

"Komunikasi di semua kegiatan sehari-hari dikantor sudah baik, namun masih ada kendala karena terkadang masih ada yang belum mau ngobrol karena ada yang ingin sendiri aja."¹⁰¹

Permasalahan yang muncul akibat kurangnya jiwa sosialisasi karyawan berdampak pada komunikasi antara lintas divisi baik secara formal maupun informal. David Satria mengungkapkan bahwa ia pernah berada dalam posisi yang cukup membuatnya ragu dalam pengambilan Keputusan tugas. Ia menerima instruksi dari seorang rekan yang berasal dari divisi lain untuk mengerjakan desain konten media sosial, sementara rekan tersebut tidak berada dalam jalur koordinasinya yang resmi, bukan manajer maupun pemimpin yang memiliki otoritas untuk memberikan penugasan. Kondisi ini menimbulkan kebingungan yang cukup serius karena David tidak memiliki kejelasan mengenai siapa yang memiliki kewenangan untuk menyetujui atau menolak hasil kerjanya.

Dari hasil wawancara diatas, hambatan-hambatan komunikasi yang ditemukan dalam penelitian ini bersifat tidak mengancam kelangsungan operasional Potara Studio

¹⁰¹ Hasil wawancara, Creative Director, Anggayudha, 15 Februari 2026.

secara fundamental. Lebih dari itu, respons yang diberikan oleh manajemen dan karyawan terhadap berbagai hambatan tersebut, mulai dari sesi *retro speak*, mekanisme *one on one*, pembiasaan dokumentasi proaktif, hingga adaptasi sistem absensi digital mencerminkan budaya organisasi yang adaptif dan berorientasi pada perbaikan berkelanjutan. Dalam konteks penelitian ini, kemampuan organisasi untuk merespons dan mengatasi hambatan komunikasi merupakan strategi untuk mencapai keberhasilan komunikasi organisasi itu sendiri.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, berikut peranan komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di Potara Studio:

1. Komunikasi Internal yaitu, komunikasi formal yang dilakukan dengan pendampingan, rapat rutin pagi hari, *daily report* setiap sore, sesi presentasi pasca proyek, SOP serta komunikasi informal memberikan kejelasan informasi dan arahan kerja yang memadai kepada karyawan, dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab (*responsibility*) dalam diri masing-masing karyawan.
2. *Horizontal Communication* yaitu, budaya komunikasi yang dilakukan melalui kegiatan *outing*, dan *townhall* berhasil menciptakan iklim kerja yang kolaboratif dan suportif. Kondisi ini memenuhi faktor ekstrinsik Herzberg berupa hubungan antarrekan kerja yang harmonis, sekaligus memicu faktor intrinsik berupa pengakuan (*recognition*) dari sesama rekan kerja.
3. *Downward Communication* dilakukan dalam bentuk SOP, *briefing* sistematis, sesi evaluasi dan *one-on-one*, pemberian fasilitas, bonus, serta apresiasi secara personal maupun publik menjadikan karyawan merasa diakui dan dihargai kontribusinya. Dampak tersebut sejalan dengan faktor *recognition*, *the work itself*, dan *advancement* dalam teori Herzberg, sekaligus mendorong kedisiplinan dan pencapaian kerja yang lebih baik.
4. *Upward Communication* yaitu keterbukaan saluran komunikasi melalui *daily check-in* dan sesi *one-on-one* satu bulan sekali guna mendorong karyawan untuk lebih berani menyuarakan gagasan dan kendala tanpa rasa canggung. Hal ini memunculkan rasa tanggung jawab yang lebih tinggi sekaligus pengalaman pencapaian (*achievement*) ketika ide karyawan diakui dan diimplementasikan oleh pimpinan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, peneliti menyarankan agar Potara Studio memperkuat sistem komunikasi internal melalui standarisasi penyampaian informasi, khususnya dalam pembagian tugas dan koordinasi antar divisi. Meskipun mayoritas karyawan telah merasa arahan yang diberikan cukup jelas, potensi perbedaan persepsi masih dapat terjadi. Oleh karena itu, dokumentasi tertulis yang lebih sistematis, penegasan ulang poin penting dalam briefing, serta penyalarsan alur komunikasi kerja dapat membantu meminimalkan ambiguitas. Selain itu, budaya komunikasi horizontal yang sudah berjalan baik perlu terus dipertahankan dan dikembangkan melalui kegiatan kebersamaan dan ruang kolaborasi yang sehat, karena terbukti mendukung kenyamanan, kekompakan, dan stabilitas motivasi kerja karyawan.

Di sisi lain, perusahaan juga disarankan untuk mendorong komunikasi ke atas yang lebih partisipatif dan proaktif. Meskipun ruang diskusi dan sesi one-on-one telah tersedia, diperlukan upaya lanjutan untuk menumbuhkan keberanian karyawan dalam menyampaikan gagasan secara sukarela. Forum diskusi rutin yang melibatkan seluruh anggota tim dapat menjadi alternatif untuk meningkatkan partisipasi aktif. Pimpinan dan manajer juga perlu mempertahankan pola komunikasi yang tidak hanya bersifat instruksional, tetapi disertai apresiasi dan dukungan pengembangan kompetensi melalui mentoring atau pelatihan. Dengan penguatan pada aspek-aspek tersebut, komunikasi organisasi di Potara Studio diharapkan dapat semakin efektif dalam mendukung motivasi kerja dan keberlanjutan kinerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Rahmi, Susilawati Yanti, Yudha Arya Dwi Wira, dan Amantubillah Rafina Damayanti. "Peranan Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai di PT. Sarana Investindo." *International Journal of Demos* 5, no.3 (2023): 318.
- Ardiansyah, Risnita, Jalani M.Syahrani. "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif." *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2(2023): 8.
- Arum, Lingga Sekar, Zahrani Amira, dan Duha Nickyta Arcindy. "Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bomus Demografi 2030." *Accounting Student Research Journal* 2, no.1 (2023): 61.
- Asri, Dhita Hafizha dan Anggraini Ratih. "Peran Keterlibatan Karyawan Terhadap Kinerja Organisasi yang Dimediasi oleh Manajemen Pengetahuan: Studi Kasus pada Perusahaan Jasa Industri Pariwisata di KotaBatam." *Jurnal Ilmiah Universitas Muhamadiyah Buton* 8, no.2 (2022): 522.
- Cahyono, Rizki Muhamad. "Pengaruh Motivasi Kerja dan Komunikasi dalam Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan." *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi* 3, no.4 (2024): 1114.
- Conrad, Charles & Marshall Scott Poole. *Strategic Organizational Communication: In a Global Economy*. 7th ed. Oxford: Wiley-Blackwell, 2012.
- Davis, K. (1962). *Human relations at work*. McGraw-Hill Book Company. <https://archive.org/details/dli.ernet.29614/page/n5/mode/2up>.
- Dr. H. Muflihun Muh. Hizbul, M.Pd. *Motivasi Kinerja*. (Banten: Berkah Aksara Cipta Karya. 2024).
- Dr. Harahap, Sumper Mulia, M.Ag., Dr. Rizki Juni Wati Sri, S.Sos., M.A. Siregar Esli Zuraidah, M.Sos. *Strategi Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: Prenada, 2022).
- Devianti, Annisa, Leliana Intan, Hartiningsih Laurensia Retno. "Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan (Studi Kasus di PT Aguna Satya Mulya)." *JIIC: Jurnal Intelek Insan Cendekia* 7, no.1 (2025): 16.

- Fauni, Lisa dan Sudarman. "Strategi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Dinas Pemerdayaan Masyarakat Dan Desa Kabupaten Simeulue." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3, no.2 (2023): 6-12.
- Febrianti, Nur Indah, Hamidah, dan Hidayat. "Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksistensi Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Kota Palembang" *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)* 3, no.1 (2023): 19.
- Firdaus, Marindo. Pengaruh Komunikasi Organisasi, Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Lautan Teduh Interniaga Bandar Lampung. *IBI DARMAJAYA*, 4. 2020.
- Fitriya, Nurul. "Strategi Peningkatan Motivasi Kerja dengan Penerapan Golas Setting Pada Karyawan Departmen Sumber Daya Manusia di PT. Cipta Nirmala." *Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling* 7, no.4 (2024): 4-5.
- Gibson, James L., John M. Ivancevich, dan James H. Donnelly. *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. 14th ed. New York: McGraw-Hill, 2012.
- H. Mustaqim dan Purba Rudi. "Pengaruh Semangat Kerja, Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Batam Televisi." *Jurnal Manajerial dan Bisnis TanjungPinang* 5, no.2 (2022): 4.
- Hamandia, Muhamad Randicha. "Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan RRI Palembang." *Jurnal Komunikasi Islam* 3, no.1 (2022): 36-40.
- Hardiyanto, Farhan Yanuar. "Strategi Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja PT Tirta Investama (DC Kawasan)." *Dohara Publisher Open Access Journal* 1, no.1 2022): 1.
- Hikmah, Nurul dan Sanjaya Feri. S.Sos.,M.IKom. "Strategi Komunikasi Perusahaan dalam Mempromosikan Layanan Jasa Antar di PT.Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Jakarta." *JURNAL ORATIO DIRECTA* 4, no.1(2022):700.
- Herlina, S.ST.,M.Kes, Dr. Boer Rino Febrianno, Fasadena Nova Saha, M.Sos., Kede Adrian, S.I.Kom., M.I.Kom, Kahfi Muhammad Al-Muizul, S.Sos., M.Ag., Dr. Ganiem Leila Mona, M.Si., Putri Synthia Sumartini S.I.Kom., M.M., Hasibuan Nelson, S.Pd.K., M.Th, Subchan Nur, S.Pd., M.AB, Deryansyah Adzan Desar, S.Ikom,.M.Ikom. Pengantar Ilmu Komunikasi. (Pasuruan: CV Basya Media Utama, 2023).

- Ispawati, Asri. "Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN) 4, no.3 (2023):2304 - 2305 ." *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi XXVII*, no.3 (2022): 279-282.
- Kisdiyatma, Raka. Strategi Public Relations TA Radio dalam menciptakan Branding Radio Anak Muda. Skripsi, Universitas Sahid Surakarta, 2018.
- Leli Safitri, Nadiyah Dalilah, and Murtiwiyati Murtiwiyati. "Perancangan User Interface Dan User Experience Website Reservasi Rima Villa Ciwidey Dengan Metode Design Thinkings." *Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Sains* 2, no. 2 (2024): 40–53. <https://doi.org/10.54066/jptis.v2i2.1845>.
- Lubis, Muya Syaroh Iwanda. "Komunikasi Antarpribadi Guru dan Siswa dalam Mencegah Kenakalan Remaja." *Jurnal Network Media* 3, no.1(2020): 96.
- M, Uswatun Hasanah, Wulandari Agustin Tri, dan Ismail Iriani. "Membangun Motivasi Karyawan untuk Berinovasi dan Berkembang." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 2, no.11 (2024): 3.
- Manjani, Dayana. Strategi Komunikasi Internal PT Sky Energy Indonesia TBK dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Tahun 2022. Skripsi, Universitas Mercu Buana, 2023.
- Maulana, Rizki Alif. Strategi Komunikasi Organisasi dalam Menumbuhkan Motivasi Kerja Karyawan Perum Bulog Kanwil Jawa Timur. Skripsi, Universitas Bhayangkara, 2023.
- Mirna Wati & Dewi Lestari. (2024). Pengaruh Komunikasi dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Esa Garda Pratama Jakarta Selatan. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(3), 206–207. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i3.3998>
- Muspawi, Mohamad, Aryati Dwi, Gulo Carmelira Angel, Hasanah Huswatun. "Konsep Dasar Komunikasi Organisasi." *Jurnal Serunai Administrasi Pendidikan* 12, no.2(2023): 60 - 66.
- Nurdewi. "Implementasi Personal Branding Smart ASN Perwujudan Bangsa Melayani di Provinsi Maluku Utara." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 1, no. 2 (2022): 301.
- Nurhabyana, N, Sultan MI, Arianto A. "Faktor Pendukung dan Pengambat Pola Komunikasi Organisasi untuk Meningkatkan Motivasi Karyawandi CV Kreasi Pisang Indonesia." *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)* 7, no.1 (2024): 426 – 428.

- Nurrisa, Farina, Hermina Dina, Norlaila. “Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data.” *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTTP)* 2, no. 3 (2025): 749
- Pohan, Desi Damayani dan Fitriya Ulfi Sayyidatul. “Jenis-jenis Komunikasi.” *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* 2, no.3 (2021): 30.
- Pratiwi, Agistya. Strategi Komunikasi Organisasi Pimpinan PT. Accentuates Cabang Solo dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020.
- Prof. Drs. Effendy, Onong Uchjana, M.A. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. (Bandung: PT Remaja Rosdakaya, 2009).
- Purnama, Adi, Mandira I Made Chandra, Yani Ni Wayan Merry Nirmala, Kusita Kadek Linda, Tariana Wayan Aditya, Wijaya Gede Krisna. “Upaya Meningkatkan Motivasi dan Kinerja Karyawan dalam Penerapan Sistem Shift Kerja Pada PT. Angkasa Pura I.” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 4, no.3 (2023):23 - 25.
- Ramadhani Alifia. Strategi Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi dan Semangat Kerja Karyawan Toyota Perintis. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2022.
- Ratnadingrum, N. A., dan Takrim, M. (2023). “Implementasi motivasi kerja menurut teori Maslow bagian staf manajemen project pada PT Putera Instrumenindo”. *Jurnal Mahasiswa Bina Insani*, 7, no.3 (2023), 9-10.
- Redding, W. Charles & George A. Sanborn. *Business and Industrial Communication: A Source Book*. New York: Harper & Row, 1964.
- Ridhaillahi, Widiyaneta Fandy, dan Dian Lestari Miharja. “PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA PEGAWAI DINAS PARIWISATA PROVINSI NTB” *JIMKOM Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi Universitas Mataram*. 2-3.
- Riyanto, A. *PENGARUH MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA YAYASAN MUSLIM ASIA JAKARTA TIMUR MASA PANDEMI COVID-19*. Skripsi, STIE Muhammadiyah Jakarta, 2021.

- Safira, Regina Rizki. "Analisis Strategi Komunikasi Internal Stratup Halo Jasa dalam Membentuk Budaya Organisasi." *JIMBis: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 3, no.3 (2024): 211-218.
- Safitri, Bela dan Mujahid Nendi Sahrul. "Komunikasi Efektif dalam Organisasi." *Cendekia Inovatif dan Berbudaya: Jurnal Sosial dan Humaniora* 1, no.3 (2024): 311.
- Salianto, Thoibah Baldatun, Sari Dea Purnama, Ayenti Erika, Sofi Mutiara. "Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Perusahaan." *Jurnal Kolaboratif Sains* 7, no. 7 (2024): 2606.
- Sasih, Baiq Ely. Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Kinerja yang Efektif di Kantor Camat Lembar Kabupaten Lombok Barat. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Mataram, 2022.
- Sembiring, Antonius Wilson, and Arifin Sugianto. *PERAN KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN DI HOTEL GRANDHIKA SETIA BUDI MEDAN*. n.d.
- Siregar, Robert Tua, Enas Ujang, Putri Eka Debi, Hasbi Imanuddin, Ummah Athik Hidayatul, Arifudin Opan, Hanika Ita Musfirowati, Zusrony Edwin, Chairunisah Reni, Ismainar Hetty, Syamsyuriansyah, Bairizki Ahmad, Lestari Ambar Sri, dan Utami Mira Maulani. *Komunikasi Organisasi*. (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021).
- Sri, M. (2012). *Forms of organizational communication* [Course material, PGDM: 1004 Business Communication]. Sapient Institute of Management Studies. <https://www.scribd.com/document/84483720/Forms-of-Organizational-Communication>.
- Susilawati, Fitri. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 1431 H/ 2010 M. n.d.
- Sunarya, Fitri Rachmiyati. "Implementasi Teori Motivasi Federick Herzberg dalam Sebuah Organisasi." *Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i* 9, no.3 (2022): 914.
- Taufik, Muhammad Gibran, Masy Muhammad, Gay Munawi. "Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Wings Polewali Mandar." *Journal Pegguruang: Conference Series* 7, no.1 (2025): 269.

Ummah, Athik Hidayatullah, Djuanda Agustian, Ahmad Dalami, Afriza Eka Sri Dana, Athalarik Fadli Muhammad, Moekahar Fatmawati, Diwyarthi Ni Desak Made Santi, Sukri Al, Arifudin Opan, Dewi Ni Putu Sinta, Rayhaniah Sri Ayu, Pratama I Wayan Adi, Kairupan Daniel J I. Komunikasi Korporat Teori dan Praktis. (Bandung: Widiana Bhakti Persada, 2021).

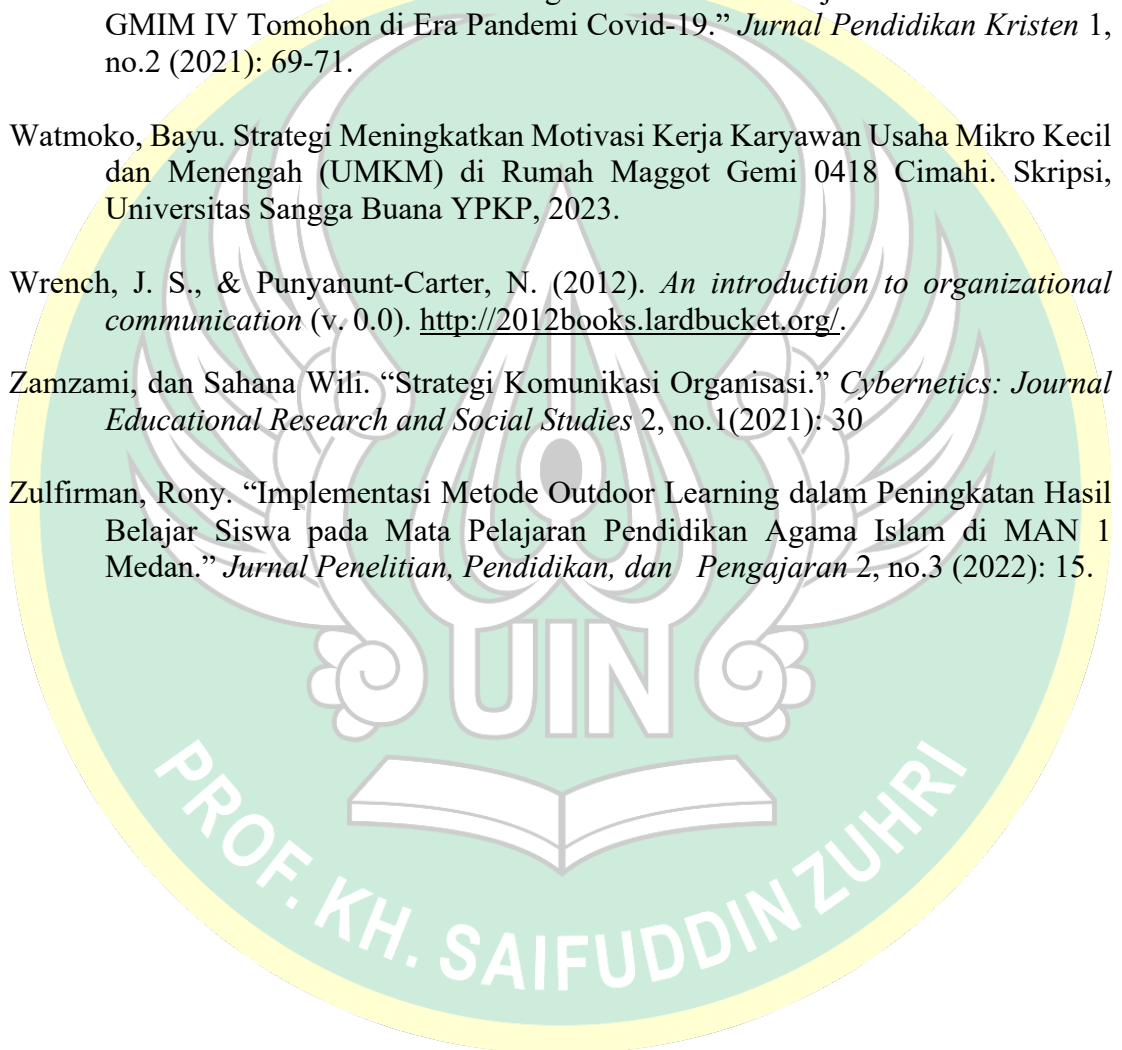
Wakas, Jeremia Angelita, Massang Berdinata, Manullang Juanda. “Strategi Komunikasi Internal dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Guru Sekolah Dasar GMIM IV Tomohon di Era Pandemi Covid-19.” *Jurnal Pendidikan Kristen* 1, no.2 (2021): 69-71.

Wاتمoko, Bayu. Strategi Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Rumah Maggot Gemi 0418 Cimahi. Skripsi, Universitas Sangga Buana YPKP, 2023.

Wrench, J. S., & Punyanunt-Carter, N. (2012). *An introduction to organizational communication* (v. 0.0). <http://2012books.lardbucket.org/>.

Zamzami, dan Sahana Wili. “Strategi Komunikasi Organisasi.” *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* 2, no.1(2021): 30

Zulfirman, Rony. “Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di MAN 1 Medan.” *Jurnal Penelitian, Pendidikan, dan Pengajaran* 2, no.3 (2022): 15.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. Panduan Observasi

Subjek : Pemimpin dan karyawan di PT Potara Pilar Kreasi (Potara Studio)

Tema :

1. Pola dan strategi komunikasi organisasi yang berlangsung sehari-hari dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di Potara Studio.
2. Hambatan komunikasi organisasi pada perusahaan Potara Studio.

B. Panduan Wawancara

1. Menurut Anda bagaimana komunikasi yang diterapkan di lingkungan Potara Studio? Apakah sudah berjalan baik dan efektif?

Alif: Sejauh ini komunikasi yang diterapkan sudah baik di beberapa kondisi terutama saat jam kerja

Hakim: Komunikasi sehari-hari sudah berjalan dengan baik dan efektif

Angga: Komunikasi di semua kegiatan sehari-hari dikantor sudah baik.

Gema: Sejauh ini aku rasa udah efektif sih.

David: Komunikasi di Potara sejauh ini berjalan baik,

Nanda: Komunikasinya enak, gampang dipahami, responnya bagus

Alfin: sejauh yang saya rasakan, komunikasi di potara studio berjalan cukup baik dan terbuka.

Tiara: enurut aku, komunikasi di Potara Studio sejauh ini sudah berjalan cukup baik dan efektif.

2. Sejauh mana komunikasi antara atasan dan bawahan memudahkan dalam memahami tugas dan tanggungjawab kerja?

Alif: Buat mudahin komunikasi atau delivery tugas biasanya menggunakan jenis diskusi seperti design challenge, briefing sebelum project, discuss di pertengahan saat mengerjakan tugas untuk memantau perkembangan task, dan *daily report* dilakukan setelah selesai bekerja di sore hari.

Angga: Kita maksimalin komunikasi jam kerja pas WFH dan WFO dengan reminder tiap pagi dan sore itu jadi salah satu bentuk komunikasi dari kita demi menjaga kestabilan kerjaan dan kondisi karyawan saat itu.

Hakim: Komunikasi memudahkan penyampaian tugas lewat *daily check-in* dan distribusi disampaikan langsung oleh project manager.

Gema: Komunikasi sangat berguna untuk aku sebagai project manager kasih notes kalau ada perubahan berkala ke stakeholder maupun karyawan setelah benar-benar data di konfirmasi dengan akurat.

David: Tugas jadi jauh lebih mudah dipahami tanpa harus susah-susah bikin overview karena sudah disampaikan secara langsung oleh project manager atau stakeholder.

Nanda: Saat kasih arahan itu ada flownya, misal stakeholder kasih tugas ke aku, lewat PM, baru aku. Kalau briefing dilakuin bareng2 jadi lebih clear dan jelas.

Alfin: instruksi seperti brief dan feedback diberikan dengan cukup jelas, biasanya disertai konteks tujuan dan ekspektasi hasil. kalo ada revisi atau arahan tambahan disampaikan secara langsung.

Tiara: Alur komunikasinya jelas, terutama lewat *daily check-in* dan dipantau sama PM. Kalau ada perubahan biasanya langsung diinformasikan sehingga tidak terlalu membingungkan.

3. Bagaimana cara manajemen dan pemimpin dalam menyampaikan informasi dan arahan kepada pekerja?

Alif: Arahan disampaikan melalui dua jalur — saat WFH lewat Google Meet, Slack, dan WhatsApp, sementara saat onsite dilakukan langsung secara tatap muka. Ada juga dokumen formal seperti SOP dan kontrak kerja yang menjadi acuan bersama.

Angga: Setiap hari ada sesi rapat 30 menit yang menjadi rutinitas tim. Di sana informasi disampaikan secara langsung.

Hakim: Informasi disampaikan melalui berbagai media tergantung situasinya, bisa lewat chat grup, meeting, atau bicara langsung.

Gema: Sebagai PM, Gema tidak menunggu karyawan bertanya dulu. Ia secara proaktif memberikan catatan, menandai bagian-bagian penting di file Figma atau brief, dan selalu memperbarui informasi sebelum pekerjaan dimulai.

David: Alur yang paling sering David alami adalah menerima tugas dari manajer terlebih dahulu, kemudian dibahas bersama saat meeting proyek, lalu dijabarkan lebih detail setelahnya.

Nanda: Nanda biasanya menerima arahan dari creative director untuk portofolio, lalu melaporkan perkembangan harian ke project manager. Di akhir pekerjaan ada review bersama dari director dan manajer.

Alfin: Mentor dan manajernya cukup responsif dalam memberikan arahan. Biasanya tugas diberikan dengan penjelasan yang cukup lengkap

Tiara: Arahan diterima melalui daily check-in yang dipantau langsung oleh PM. Alur komunikasinya menurut Tiara sudah cukup jelas. Kalau ada brief yang membingungkan, ia biasanya langsung menghubungi manajer lewat Slack.

4. Apakah karyawan diberikan kesempatan untuk menyampaikan kritik, pendapat, dan keluhan? Apakah setelah menyampaikan hal tersebut Anda merasa lebih bersemangat dan dihargai?

Alif: Keterbukaan terhadap masukan adalah hal yang Alif jaga sejak awal. Karyawan dipersilakan mengajukan apa saja, mulai dari kebutuhan fasilitas, ide proyek, hingga keluhan tentang beban kerja.

Angga: Angga percaya bahwa ide terbaik tidak selalu datang dari pemimpin. Ia selalu antusias saat karyawan menyampaikan gagasan atau kritikan, karena itu menandakan mereka merasa aman dan tidak ada jarak antara atasan dan bawahan.

Hakim: Hakim menekankan bahwa feedback bersifat dua arah. Saat ada miskomunikasi atau masalah, ia lebih memilih bicara langsung — kalau chat tidak cukup, langsung pindah ke video call.

Gema: Saat ia menyampaikan masukan atau kekhawatiran kepada pimpinan, responsnya selalu konstruktif.

David: David sudah tidak merasa canggung sama sekali untuk menyampaikan pendapat, bahkan untuk hal-hal teknis seperti mengusulkan alternatif desain yang berbeda dari brief awal.

Nanda: Nanda mengakui bahwa di tempat kerja sebelumnya ia kesulitan untuk menyesuaikan diri dan berkomunikasi. Di Potara berbeda, keterbukaan lingkungan membuatnya lebih berani mengekspresikan diri.

Alfin: Alfin merasa semua masukannya dijadikan bahan pertimbangan sungguh-sungguh. Ada ruang diskusi tersendiri yang membahas timeline dan beban kerjanya sebagai magang.

Tiara: ia mengakui bahwa dirinya belum terlalu berani menyampaikan pendapat secara terbuka. Bukan karena lingkungannya tidak aman, tapi lebih karena ia sendiri masih merasa kurang percaya diri

5. Bagaimana komunikasi yang diterapkan di perusahaan ini dengan para karyawan dan bagaimana sistemnya?

Alif: Sistem komunikasi di Potara berjalan secara berlapis. Ada komunikasi formal yang terstruktur lewat SOP, kontrak, dan briefing rutin, tapi juga ada komunikasi informal yang mengalir alami dalam keseharian

Angga: Komunikasi di sini sengaja tidak dibuat terlalu kaku. Setiap hari ada sesi check-in pagi, lalu di sepanjang hari komunikasi mengalir secara organik antar anggota.

Hakim: Sistemnya cukup terbuka dan multi-platform. Slack digunakan untuk komunikasi kerja, Google Meet untuk rapat virtual, dan tatap muka langsung untuk hal-hal yang perlu dibahas lebih mendalam.

Gema: Sistemnya cukup terbuka dan multi-platform. Slack digunakan untuk komunikasi kerja, Google Meet untuk rapat virtual, dan tatap muka langsung untuk hal-hal yang perlu dibahas lebih mendalam.

David: Sejak ia bergabung di awal berdirinya perusahaan, pola komunikasinya memang terus berkembang dan semakin tertata. Sekarang ia sudah tahu dengan jelas kepada siapa melapor dan bagaimana alurnya.

Nanda: Penjelasan selalu diberikan dengan jelas dan responsnya cepat.

Alfin: Sistem komunikasinya terasa responsif.

Tiara: Tiara merasa alur komunikasinya sudah jelas, terutama lewat daily check-in yang dipantau PM.

6. Pernahkah terjadi miskomunikasi dalam bekerja? Bagaimana peran pemimpin, manajemen, dan tim Anda dalam menyikapi masalah tersebut?

Alif: Alif mengambil langkah untuk menyatukan kembali sistem distribusi dan pelaporan di bawah satu PM. Setiap kali ada miskomunikasi, ia selalu menjadi penengah dan memastikan solusi ditemukan tanpa menyalahkan siapapun.

Angga: Pernah ada periode sekitar lima bulan di mana komunikasi antara atasan dan karyawan tidak berjalan mulus akibat pembagian manajerial yang tumpang tindih.

Hakim: Hakim langsung memberikan feedback — tidak dibiarkan berlarut. Kalau lewat chat dirasa tidak cukup, langsung pindah ke video call.

Gema: Gema sebagai PM langsung turun tangan untuk meluruskan alur dan memastikan tidak ada double instruction di kemudian hari.

David: Pernah mendapati tugas dari divisi lain namun tidak ada otoritas resmi dalam penyetujuan, tapi setelah diklarifikasi ke PM, situasinya langsung terselesaikan.

Nanda: Sejauh ini Nanda belum mengalami miskomunikasi yang serius.

Alfin: Kesalahpahaman kecil memang pernah terjadi, tapi selalu bisa diselesaikan dengan klarifikasi singkat ke mentor atau PM

Tiara: Tiara mengaku tidak pernah mengalami miskomunikasi yang berarti selama magang.

7. Apakah komunikasi di Potara Studio menjadi salah satu hal yang mempengaruhi kinerja di kehidupan sehari-hari dan membuat suasana jadi mendukung/nyaman? Bagaimana dengan budaya kerja di Potara Studio itu sendiri?

Alif: Budaya kerja di Potara sengaja dibangun agar tidak ada jarak antara pemimpin dan karyawan, semua seumuran.

Angga: Sangat berpengaruh. Angga melihat langsung bahwa karyawan yang merasa nyaman berkomunikasi cenderung lebih produktif dan kreatif.

Hakim: Komunikasi yang baik menciptakan rasa aman. Kalau karyawan tidak takut salah, mereka akan lebih berani mencoba hal baru. Budaya di Potara mendorong itu, tidak ada senioritas yang kaku

Gema: Gema merasakan langsung bahwa suasana kerja sangat memengaruhi semangatnya. Ketika komunikasi di tim berjalan lancar dan ada interaksi positif antar anggota, ia jauh lebih fokus.

David: Menurutnya lingkungan Potara adalah yang paling mendekati ekspektasinya, santai tapi tetap profesional.

Nanda: Sangat berpengaruh. Nanda membandingkan langsung dengan tempat kerjanya sebelumnya yang lebih kaku. Di Potara, komunikasinya lebih hidup

Alfin: Budaya kerja di sini kolaboratif dan tidak kaku. Rekan-rekan tetap mudah diajak berdiskusi dan terbuka menerima pendapat

Tiara: Tiara merasakan budaya kerjanya cukup fleksibel dan tidak terlalu formal.

8. Dengan komunikasi yang baik, apakah karyawan dapat merasa lebih bertanggungjawab melaksanakan tugas yang ada?

Alif: Ketika karyawan memahami dengan jelas apa yang diharapkan dari mereka dan merasa didengar, rasa tanggung jawabnya tumbuh

Angga: Kejelasan komunikasi langsung berbanding lurus dengan tanggung jawab. Kalau arahan kabur, karyawan jadi ragu dan setengah-setengah.

Hakim: Karyawan yang paham alasan dibuatnya peraturan dan urgensi tugas cenderung lebih patuh secara sukarela.

Gema: Rasa tanggung jawabnya justru makin besar karena ada keterbukaan dari pimpinan.

David: Menurutnya, kejelasan arahan dan apresiasi yang konsisten membuat ia lebih disiplin pada dirinya sendiri.

Nanda: Iya, sistem alur kerja yang sudah jelas membuatnya lebih disiplin.

Alfin: Komunikasi yang responsif dari mentor dan PM membuatnya merasa didukung.

Tiara: Tiara merasa lebih bertanggung jawab karena tahu progresnya dipantau melalui daily check-in.

9. Bagaimana cara pemimpin dan rekan berkomunikasi dalam mempengaruhi rasa percaya diri dalam bekerja?

Alif: Apresiasi verbal adalah salah satu cara paling sederhana tapi paling kuat.

Angga: Angga memberikan apresiasi setiap kali proyek atau portofolio selesai, baik secara personal maupun di grup yang semua anggota bisa melihatnya.

Hakim: Kata-kata penyemangat dan feedback konstruktif yang disampaikan saat sesi one-on-one sangat membantu karyawan merasa dilihat dan dihargai.

Gema: Kepercayaan yang diberikan pimpinan kepadanya, diberi otoritas sebagai PM tapi tetap tidak ditinggal sendirian

David: Rekan-rekan di Potara tidak pernah membuat ia merasa terancam saat berbagi ide berbeda. Justru keterbukaan itu yang memperluas cara berpikirnya.

Nanda: Nanda yang awalnya banyak keraguan dalam mengerjakan tugas, lama-kelamaan menjadi lebih percaya diri karena selalu ada ruang eksplorasi dan kesempatan diskusi.

Alfin: Mentornya yang aktif mengajak bicara dan responsif terhadap pertanyaan membuat Alfin merasa nyaman untuk mencoba hal-hal baru.

Tiara: Mentornya baik dan selalu mengajak ngobrol, hambatannya lebih dari dalam dirinya sendiri daripada dari lingkungannya.

10. Bagaimana cara komunikasi tetap terjaga agar para karyawan mengerjakan tugasnya dengan maksimal dan sepenuh hati?

Alif: Ada sistem absensi digital, *daily check-in* setiap pagi, dan sesi one-on-one bulanan.

Angga: Kuncinya ada di keberlangsungan interaksi, tidak hanya saat ada masalah atau deadline, tapi setiap hari. Sesekali mengajak ngobrol di sela pekerjaan, membiarkan karyawan istirahat dengan cara mereka sendiri

Hakim: Kombinasi antara komunikasi aktif melalui berbagai media dan pendampingan langsung saat dibutuhkan.

Gema: Dengan memberikan update proaktif dan memastikan tidak ada karyawan yang kelebihan beban, Gema menjaga ritme kerja tetap stabil.

David: Baginya, sistem yang sudah jelas dan atasan yang komunikatif adalah kombinasi terbaik.

Nanda: Adanya evaluasi di akhir pekerjaan bersama director dan manajer membuat Nanda selalu berusaha memberikan yang terbaik.

Alfin: Selama ia tahu bahwa bantuan tersedia kapanpun dibutuhkan, ia lebih tenang dalam mengerjakan tugasnya dan tidak mudah frustrasi saat menemui kesulitan.

Tiara: *Daily check-in* yang rutin adalah sistem yang menurutnya paling efektif menjaga komunikasi tetap terjaga sekaligus tugas tetap diawasi.

11. Menurut Anda, apakah hubungan komunikasi yang baik antara pimpinan dan karyawan dapat meningkatkan motivasi kerja? Mengapa?

Alif: Karyawan yang merasa didengar, diarahkan dengan jelas, dan diapresiasi hasil kerjanya akan dengan sendirinya lebih bersemangat.

Angga: Ia melihat langsung bagaimana karyawan yang tadinya pendiam mulai aktif berkontribusi setelah merasa lingkungannya aman untuk bersuara.

Hakim: Jelas. Karena komunikasi yang efektif menghilangkan ambiguitas. Karyawan tidak perlu menghabiskan energi untuk menebak-nebak arahan atau khawatir dengan ekspektasi atasan

Gema: Dari pengalamannya sendiri, masukan-masukan positif dari pimpinan yang disampaikan dengan cara yang baik justru membuatnya semakin bertanggung jawab dan ingin memberikan yang terbaik.

David: Iya. Apresiasi dan feedback yang diterima dari atasan adalah salah satu hal yang paling membuatnya betah.

Nanda: Menurutnya ya, sangat berpengaruh. Pola pikir dan cara kerjanya berkembang pesat sejak bergabung di Potara, dan itu tidak terlepas dari arahan dan komunikasi yang terbuka

Alfin: Ketika komunikasinya baik, ia merasa didukung bukan ditekan. Dan rasa didukung itu yang menjadi bahan bakar semangat kerjanya setiap hari

Tiara: Iya, meskipun ia sendiri masih perlu berproses untuk lebih terbuka.

12. Apakah komunikasi salah satu faktor penunjang karyawan bekerja lebih semangat? Seperti apa contohnya?

Alif: Iya. Contoh konkretnya adalah ketika karyawan datang melapor bahwa tugasnya sudah selesai dan ia langsung mendapat ucapan apresiasi

Angga: Yang paling sering terjadi adalah saat ia mengumumkan di grup bahwa suatu proyek selesai dengan baik dan langsung men-tag karyawan

yang terlibat. Respons dari rekan-rekan tim dan rasa bangga yang muncul setelahnya

Hakim: Saat ia duduk di sebelah karyawan yang sedang mengerjakan tugas, menanyakan kondisinya, dan memberikan semangat secara langsung, pekerja bisa fokus seketika.

Gema: Saat ada masukan positif dari pimpinan setelah ia menyelesaikan koordinasi yang sulit, itu selalu menjadi energi tambahan.

David: Salah satu contohnya adalah sesi one-on-one di mana ia mendapat apresiasi secara personal atas kinerjanya. Hal sederhana itu ternyata bisa bertahan di ingatannya.

Nanda: Ketika ia menyampaikan sesuatu yang masih ragu dan justru mendapat respons yang membangun dari senior, itu langsung meningkatkan kepercayaan dirinya.

Alfin: Contohnya ketika mentornya meluangkan waktu untuk menjelaskan sesuatu yang ia tidak pahami

Tiara: Saat rekan-rekan di kantor mengajak bicara secara santai di sela pekerjaan, itu sendiri sudah cukup untuk membuat suasana kerjanya terasa lebih ringan.

13. Langkah komunikasi apa yang menurut Anda efektif untuk menjaga motivasi dan kinerja karyawan setiap harinya?

Alif: *Daily check-in* setiap pagi, one-on-one bulanan, retro speak pasca-proyek, dan pendampingan langsung saat dibutuhkan.

Angga: Penggunaan bahasa informal dalam keseharian, apresiasi yang konsisten setiap ada pencapaian, dan kegiatan luar kantor secara berkala.

Hakim: Komunikasi aktif — tidak hanya menunggu karyawan melapor, tapi aktif menanyakan kondisi mereka.

Gema: Dokumentasi proaktif dan rapat singkat pagi-sore.

David: Dari sudut pandang karyawan, yang paling efektif adalah ketika atasan tidak hanya memberi tugas tapi juga mau mendengar dan merespons dengan cepat.

Nanda: Arahan yang jelas di awal dan review bersama di akhir.

Alfin: Komunikasi yang tidak hanya top-down tapi benar-benar dua arah.

Tiara: *Daily check-in*. Sederhana tapi efektif karena menciptakan ritme kerja harian yang jelas

14. Sejauh ini apakah komunikasi antar karyawan sudah berjalan baik?

Alif: Secara umum sudah cukup baik, meskipun masih ada ruang untuk terus diperbaiki

Angga: Sudah berjalan baik, tapi Angga mengakui masih ada beberapa karyawan yang lebih suka menyendiri

Hakim: Cukup baik. Alur informasinya sudah lebih tertata sejak sistem komunikasi dipusatkan kembali.

Gema: Sudah jauh lebih baik dibandingkan periode sebelumnya.

David: Sudah sangat baik. Tidak ada lagi kecanggungan dalam bertanya atau berdiskusi

Nanda: Menurutnya sudah berjalan dengan baik.

Alfin: Sudah cukup baik.

Tiara: Secara keseluruhan sudah baik.

15. Apa saja hal-hal yang memotivasi karyawan?

Alif: Setiap proyek yang selesai dengan baik adalah bukti bahwa sistem yang dibangun bersama bekerja.

Angga: Kedekatan dengan tim dan semangat yang tercipta di kantor.

Hakim: Lingkungan yang mendukung para karyawan sesuai dengan generasi mereka sebagai generasi Z.

Gema: Masukan-masukan positif dari pimpinan, lingkungan kerja yang mendukung, dan bonus-bonus yang diberikan.

David: Lingkungan kerja yang sesuai ekspektasinya, santai tapi profesional, ditambah program outing tahunan yang selalu ia nantikan.

Nanda: Di dalam kantor, lingkungan Potara yang positif dan kesempatan untuk terus berkembang menjadi dorongan yang tidak kalah kuatnya

Alfin: Kesempatan belajar langsung di dunia kerja nyata dan relevansi tugasnya dengan bidang yang ia pelajari di kampus.

Tiara: Lingkungan yang terbuka dan orang-orang yang ramah di sekitarnya.

C. Dokumentasi Observasi dan Wawancara

1. Observasi kegiatan di Potara Studio pada tanggal 17 Februari 2026



2. Wawancara dengan pemimpin, Business Director, 15 Februari 2026



3. Wawancara dengan pemimpin, Creative Director, 15 Februari 2026



4. Wawancara dengan pemimpin, Marketing Director, 17 Februari 2026



5. Wawancara dengan Project Manager, 15 Februari 2026



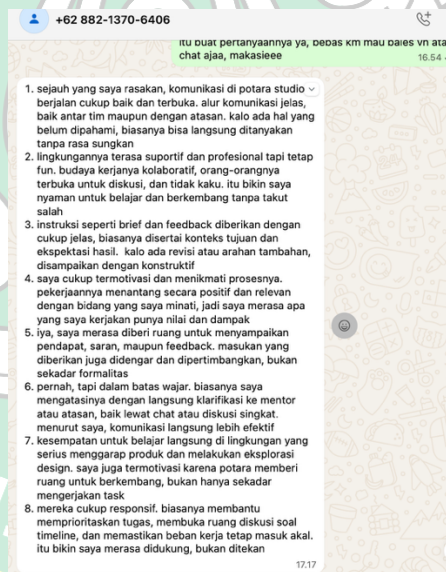
6. Wawancara dengan UIUX Designer, 15 Februari 2026



7. Wawancara dengan Ilustrator. 15 Februari 2026



8. Wawancara dengan karyawan magang, 18 Februari 2026



9. Wawancara dengan karyawan magang, 18 februari 2026



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Nadia Istikomatzulfa
 Tempat, Tanggal Lahir : Cilacap, 15 Agustus 2003
 Alamat Domisili : Kawunganten Lor, RT 03 RW 04, Kecamatan
 Kawunganten, Kabupaten Cilacap
 Email : nadiaistikomatzulfa15@gmail.com
 No. HP : 082210939311

B. Riwayat Pendidikan

No.	Institusi	Tahun Lulus
1.	MI Sultan Agung	2015
2.	SMP Negeri 1 Kawunganten	2018
3.	SMK Telkom Purwokerto	2021
4.	UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto	2026

C. Riwayat Organisasi

No.	Jabatan	Tempat Tugas	Tahun
1.	Panitia PDD	Comfest	2022
2.	Mentri Komunikasi	HMPS KPI	2023
3.	Humas	Semarakom	2023

Purwokerto, 5 April 2026



Nadia Istikomatzulfa

