

Analisis Faktor Penghambat Aliran Komunikasi Pada Bikin Kretaif Digital Agency

Analysis of factors inhibiting the flow of communication in Bikin Kreatif Digital Agency

Justicia Chantika Dhea Arda^(1*) & Dewi K. Soedarsono⁽²⁾
Universitas Telkom, Indonesia

**Corresponding author: chantikadheaa@gmail.com*

Abstrak

Tujuan Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor penghambat yang terjadi pada aliran komunikasi di Bikin Kretaif Digital Agency. Metode penelitian pada penelitian kali ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik observasi partisipasi, teknik wawancara semiterstruktur, dan dokumentasi, serta menggunakan alat bantu penelitian yang digunakan untuk menganalisis data kualitatif pada penulisan yaitu menggunakan software Nvivo. Adapun narasumber pada penelitian ini berjumlah 12 orang yang merupakan karyawan Bikin Kreatif Digital Agency. Pentingnya komunikasi yang efektif dalam suatu tim dapat terlihat dalam bagaimana informasi disampaikan, dipahami, dan diimplementasikan oleh setiap anggota tim. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Faktor penghambat, seperti keterbatasan waktu, miskomunikasi, dan tingginya nilai komplain satu pintu, memberikan pandangan mendalam tentang area-area yang perlu diperbaiki. Perhatian khusus terhadap manajemen waktu, pencegahan miskomunikasi, dan penanganan komplain menjadi krusial untuk memastikan kesinambungan operasional dan kepuasan klien.

Kata Kunci: Komunikasi; Faktor Penghambat; Aliran Komunikasi.

Abstract

The aim of this research was to determine the inhibiting factors that occur in the flow of communication at Bikin Kretaif Digital Agency. The research method in this study uses qualitative methods using participant observation techniques, semi-structured interview techniques, and documentation, as well as using research tools used to analyze qualitative data in writing, namely using Nvivo software. There were 12 resource persons in this research who were employees of Bikin Creative Digital Agency. The importance of effective communication in a team can be seen in how information is conveyed, understood, and implemented by each team member. The results of this research show that inhibiting factors, such as time constraints, miscommunication, and the high number of one-stop complaints, provide an in-depth view of areas that need improvement. Special attention to time management, preventing miscommunication, and handling complaints is crucial to ensure operational continuity and client satisfaction.

Keywords: Communication; Obstacle factor; Communication Flow.

How to Cite: Arda, J. C. D. & Soedarsono, D. K. (2024), Analisis Faktor Penghambat Aliran Komunikasi Pada Bikin Kretaif Digital Agency, *Jurnal Social Library*, 4 (2): 317-323.

PENDAHULUAN

Komunikasi khususnya pada kepemimpinan dalam suatu organisasi menjadi suatu kunci penting yang dalam pelaksanaannya dapat mempengaruhi berbagai aspek. Menurut Gule & Ince (dalam Puspita et al., 2023) Komunikasi yang efektif membantu organisasi untuk memperkuat karyawan untuk mencapai tujuan organisasi, sebaliknya organisasi dengan komunikasi yang tidak efektif menghambat mencapai tujuan organisasi

Sesuai dengan yang yang diemukakan oleh Lasswell (dalam Mulyana, 2008) cara menjelaskan komunikasi yaitu menjawab pernyataan-pernyataan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* yang dapat dijabarkan menjadi lima unsur komunikasi di mana satu sama lainnya saling terhubung yaitu sumber (*source*), pesan, saluran atau media, penerima (*receiver*) serta efek. Selain itu menurut Moekijat dalam (Syaroh & Lubis, 2020) menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses menukar informasi dan perasaan diantara dua orang atau lebih dan penting bagi manajemen efektif.

Berbicara mengenai komunikasi, dalam suatu organisasi pasti tidak akan luput dari yang namanya komunikasi, komunikasi tersebut digunakan untuk berkoordinasi mengenai hal yang akan dikerjakan atau akan di diskusikan dalam rangka mencapai suatu tujuan yang sama. Dalam mencapai tujuan tersebut, setiap anggota atau karyawan akan berkomunikasi satu sama lain berkoordinasi atas pekerjaan organisasi, meminta saran, pemecahan masalah Bersama, bahkan saling menyampaikan dukungan. Namun Hal yang sering terjadi yaitu penyampaian informasi seringkali tidak jelas sehingga mengakibatkan miss communication antar

anggota di dalamnya, karena pada dasarnya 2 menyampaikan informasi ke seluruh anggota dan menerima informasi merupakan suatu hal yang sulit, karena terkadang ada beberapa unit atau divisi yang terlambat dalam mendapatkan informasi atau bahkan tidak paham dengan informasi tersebut.

Berdasarkan pra riset yang telah dilakukan kepada beberapa karyawan Bikin Kretif Digital Agency yaitu Mas Wawan selaku project manager memiliki tanggung jawab untuk menangani klien secara langsung, mengawasi serta membagikan plotingan project terhadap anak-anak mengatakan bahwa masih sering terjadinya sering terjadi *miss communication* antara klien dengan anggota team dan mba Heni menyebutkan bahwa terkadang klien tidak memberitahu dengan jelas mengenai detail bisnisnya, sehingga memberikan hambatan ketika akan membuat konten, hal tersebut menyebabkan konten tertunda untuk di posting sesuai dengan jadwal yang ditentukan atau mundur dari target.

Merujuk dari penelitian yang mengangkat aliran komunikasi organisasi sebagai objek penelitiannya yaitu yaitu "Aliran Komunikasi Organisasi Newsdifabel" komunikasi pada internal suatu organisasi terkhususnya di Newsdifabel cenderung menggunakan komunikasi horizontal dan vertikal, dimana dalam komunikasi tersebut digunakan untuk berdiskusi, menyusun suatu rencana dna menyelesaikan suatu masalah. Komunikasi vertikal pada Newsdifabel biasanya berupa sebuah laporan atau petunjuk pekerjaan. Sefangkan komunikasi Horizontal biasanya digunakan untuk koordinasi suatu pekerjaan. Pada Newsdifabel itu

sendiri biasanya komunikasi yang digunakan yaitu komunikasi organisasi yang bersifat bebas serta terbut.

Maka dari itu penelitian ini digunakan untuk mengetahui analisis terkait factor penghambat yang terjadi pada Bikin Kreatif Digital Agency.

METODE

Pada penelitian kali ini peneliti memilih menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2015), metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang berdasarkan pada paradigma postpositivisme, yang mengkaji fenomena alamiah. Azwar (2015) menyatakan penelitian kualitatif menekankan pada analisis akhir pada proses penyimpulan terhadap hubungan antar fenomena yang diamati peneliti, berguna untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan logika ilmiah dan cara berfikir formal serta argumentatif, serta menggunakan penekatan studi kasus.

Metode kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus Creswell berguna untuk mendisrupsi miskomunikasi yang berulang di Bikin Kreatif Digital Agency, sehingga penelitian diharapkan memberikan gambaran aliran komunikasi yang tepat nantinya. Oleh karena itu, metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dianggap tepat karena merupakan metode untuk memahami dan mengeksplorasi makna yang dianggap berangkat dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell & Creswell, 2018)

Selain itu peneliti yang memanfaatkan studi kasus sering dianggap aneh dalam disiplin akademis mereka karena evaluasi mereka seringkali fokus pada ketepatan secara kuantitatif,

objektivitas, dan kekuatan penelitian yang dianggap kurang memadai (Yin, 2003)

Adapun paradigma yang digunakan yaitu paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivis adalah suatu pendekatan dalam penelitian yang menekankan bahwa pengetahuan dan pemahaman tentang dunia tidak hanya ditemukan, tetapi juga dibangun secara aktif oleh individu melalui interaksi dengan pengalaman dan lingkungan sekitarnya. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap socially meaningful action melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003).

Lokasi pada penelitian kali ini yaitu Bikin Kreatif Digital Agency, yang berlatar di Jalan Opal No 09 Sumampir, Kab. Banyumas, Jawa Tengah. Dengan subjek penelitian Bikin Kreatif Digital Agency dan Objek penelitiannya berupa isi komunikasi yang terjadi pada bikin Kreatif Digital Agency. Adapun informan yang diwawancarai merupakan karyawan aktif pada Bikin Kreatif Digital Agency.

Dalam pengolahan data yang dilakukan peneliten menggunakan alat bantu perangkat lunak QSR NVivo 14. Bandur (2016) mencatat bahwa data dari penelitian kualitatif, yang berasal dari berbagai sumber dengan beragam teknik pengumpulan data, dapat dianalisis menggunakan QSR NVivo 14. Kehadiran NVivo sangat membantu peneliti kualitatif menghadapi tantangan utama terkait subyektivitas (*researcher-biased*), validitas, dan reaktivitas dipahami, dan diimplementasikan oleh setiap anggota tim.

HASIL DAN PEMBAHASAN

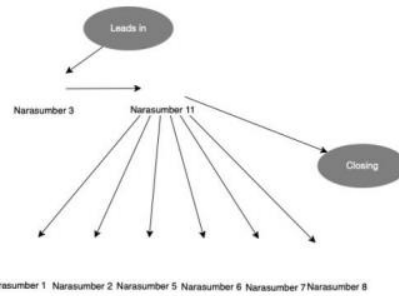
Pada tahapan ini peneliti menarik kesimpulan dari seluruh wawancara yang didapatkan, komunikasi dilakukan dengan 12 narasumber. Reduksi data dalam konteks penelitian kualitatif dan pengolahan data wawancara di NVIVO yang bertujuan untuk menyederhanakan, mengelompokkan, dan mengorganisir informasi agar dapat diinterpretasikan dengan lebih mudah. Dalam mereduksi data, melibatkan proses mengidentifikasi pola, tema, dan konsep kunci yang muncul dari wawancara. Sehingga data dapat diolah lebih efisien dalam analisis.



Gambar 1. Penjabaran tema utama dan tema sekunder
Sumber : Olahan peneliti, 2024

Analisis mengenai dinamika komunikasi organisasi, fokus tema utama penelitian selanjutnya adalah pada isi komunikasi, dengan pembagian kerja dan penyelesaian solusi sebagai aspek yang mendalam. Pentingnya komunikasi yang efektif dalam suatu tim dapat terlihat dalam bagaimana informasi disampaikan.

Bikin Kreatif Digital Agency dalam menyelesaikan semua proyek pekerjaan dimulai dari leads masuk dan diproses menjadi suatu pekerjaan sesuai dengan permintaan klien. Leads yang masuk akan diolah oleh seorang Project Manager untuk selanjutnya menentukan pekerja yang akan menyelesaikan project tersebut. Adapun alur pekerjaannya sebagai berikut



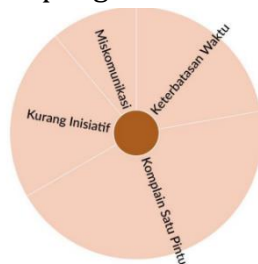
Gambar 2. Alur Kerja di Bikin Kreatif Digital Agency
Sumber : Olahan peneliti, 2024

Setiap Leads yang masuk merupakan hasil canvassing langsung maupun permintaan klien langsung. Penerimaan leads yang masuk diproses oleh customer service atau narasumber 3 untuk selanjutnya diberitahukan kepada project manager atau narasumber 11. Selanjutnya, project manager akan memberikan informasi leads masuk kepada narasumber 1, narasumber 2, narasumber 5, narasumber 6, narasumber 7, dan narasumber 8 sebagai pekerja kreatif. Pekerjaan yang diberikan disesuaikan oleh project manager sesuai dengan kemampuan dan ketersediaan pekerja kreatif untuk menyelesaikan suatu proyek. Komunikasi dilakukan untuk menyelaraskan informasi dan kebutuhan dari klien dan hasil yang diharapkan sesuai dengan permintaan klien. Beberapa pekerjaan, project manager akan langsung berhubungan dengan klien terkait dengan keselarasan kebutuhan klien. Pekerjaan yang telah selesai akan diinformasikan melalui project manager.

Dalam penelitian ini, fokus utama tesis ini adalah pada analisis aliran komunikasi dan pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor penghambat yang dapat memengaruhi dinamika komunikasi organisasi. Penelitian ini mengusung tujuan untuk mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi aliran komunikasi didalam Bikin

Kreatif Digital Agency dengan penekanan pada hubungan antar unsur dan dampaknya terhadap pencapaian tujuan komunikatif.

Dalam konteks ini, keterbatasan waktu mungkin memengaruhi kejelasan pesan, komplain satu pintu dapat memberikan indikasi masalah dalam saluran komunikasi, kurang inisiatif dapat menimbulkan hambatan dalam pertukaran informasi, dan miskomunikasi memiliki potensi untuk merugikan hubungan antar-individu. Dengan memanfaatkan diagram sunburst, penelitian ini bertujuan untuk menyajikan visualisasi yang komprehensif terkait hierarki dan interaksi antara tema utama dan subtema, memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman aliran komunikasi yang kompleks dalam organisasi. Berikut adalah diagram sunburst faktor penghambat.



Gambar 3. Sunburst Faktor Penghambat
Sumber : Olahan peneliti, 2024

Diagram sunburst yang telah disajikan dalam penelitian ini menggambarkan dengan jelas struktur hierarkis dari faktor penghambat dalam aliran komunikasi organisasi. Pada tingkat terluar, cincin pertama mencakup tema utama, yaitu Faktor Penghambat. Cincin ini menjadi landasan untuk pemahaman lebih lanjut tentang elemen-elemen yang menjadi fokus dalam analisis. Merinci lebih lanjut, cincin-cincin berikutnya di dalamnya mewakili tema-tema sekunder yang mendefinisikan faktor penghambat, termasuk keterbatasan waktu, komplain

satu waktu, kurang inisiatif, dan miskomunikasi. Setiap tema sekunder memiliki bagian atau subelemen tersendiri, menawarkan perspektif mendalam tentang berbagai aspek yang menyusun kompleksitas faktor penghambat tersebut.

Keterbatasan waktu dalam konteks aliran komunikasi organisasi muncul sebagai tantangan signifikan, sebagaimana tercermin dalam hasil wawancara dengan para pemangku kepentingan utama. Keterbatasan ini lebih mendalam ketika merinci beberapa aspek yang mendukungnya, utamanya berkaitan dengan kebutuhan untuk mematuhi timeline ketat dalam pengerjaan proyek yang melibatkan kerja lintas divisi dan pembelajaran produk baru. Hasil wawancara mengungkap bahwa proyek yang melibatkan kerja lintas divisi cenderung membutuhkan lebih banyak waktu untuk koordinasi dan integrasi berbagai perspektif dan kebutuhan. Proses kolaborasi yang rumit ini seringkali memerlukan komunikasi yang lebih intensif dan menyebabkan penambahan waktu dalam pelaksanaan proyek. Hal ini disampaikan oleh narasumber 8 (Wordpress Developer) yang menyebutkan bahwa proses yang harus dikerjakan harus menunggu divisi lain selesai.

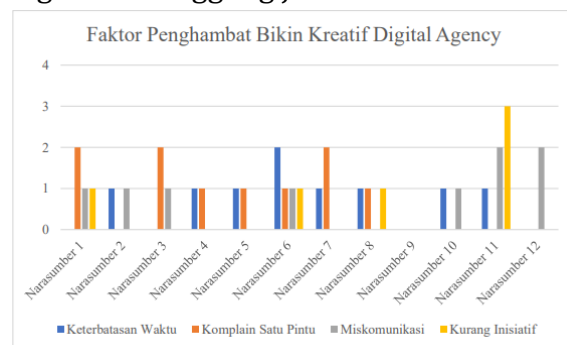
Selanjutnya, faktor pembelajaran produk baru juga menjadi kontributor signifikan terhadap keterbatasan waktu. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh narasumber 2 (Digital Marketing) terkait dengan pembahasan produk baru yang memakan waktu. Pemahaman yang mendalam mengenai fitur, fungsi, dan aplikabilitas produk baru memerlukan waktu dan upaya ekstra, yang seringkali tidak dapat dicapai dalam timeline yang sangat ketat.

Dalam konteks penelitian ini, dinamika aliran komunikasi organisasi semakin kompleks dengan adanya sistem komplain satu pintu. Proses ini dimulai saat klien menyampaikan komplain kepada Customer Service (CS) atau Project Manager, yang kemudian mengalihkannya kepada para pekerja terkait. Meskipun proses ini dirancang untuk memberikan struktur yang terorganisir dalam menanggapi keluhan klien, namun terkadang melewati rangkaian formal ini dapat memakan waktu yang signifikan. Langkah-langkah pengalihan komplain, mulai dari penerimaan oleh CS dan Project Manager hingga disampaikannya kepada para pekerja, menciptakan keterlambatan dalam tanggapan dan penyelesaian masalah. Komplain satu pintu juga disampaikan oleh narasumber 1 (Fotografer) dimana saat penyampaian proyek tidak secara menyeluruh. Proses formal ini memunculkan tantangan dalam menjawab dan menyelesaikan permasalahan klien dengan cepat dan efisien.

Selanjutnya hambatan yang muncul adalah kurangnya inisiatif, yang memberikan kontribusi signifikan terhadap faktor penghambat dalam aliran komunikasi organisasi. Temuan dari wawancara menyoroti bahwa kurangnya inisiatif menjadi permasalahan yang dapat menghambat efisiensi dan efektivitas tim dalam menanggapi perubahan atau tugas mendesak. Adanya kecenderungan pada beberapa anggota tim untuk menunggu petunjuk atau instruksi lebih lanjut sebelum bertindak menciptakan situasi ketidakjelasan dalam alur kerja. Terutama dalam konteks di mana seorang pekerja memiliki pengetahuan atau keterampilan yang relevan namun enggan mengambil

inisiatif tanpa arahan yang jelas, dapat menunda progres proyek.

Dalam analisis faktor penghambat komunikasi organisasi, miskomunikasi muncul sebagai tema sekunder yang memberikan wawasan penting. Miskomunikasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk, termasuk perbedaan interpretasi pesan, ketidakjelasan instruksi, atau hambatan teknis dalam saluran komunikasi. Dalam konteks ini, temuan mengenai miskomunikasi memiliki dampak yang signifikan terhadap efektivitas komunikasi organisasi. Pertama-tama, miskomunikasi dapat menciptakan kebingungan di antara anggota tim, yang mengarah pada pemahaman yang tidak selaras terkait tugas dan tanggung jawab.



Gambar 4. Faktor Penghambat Bikin Kreatif Digital Agency
Sumber : Olahan peneliti, 2024

Basarkan temuan faktor penghambat yang dianalisis, dapat disimpulkan bahwa elemen keterbatasan waktu memiliki dampak serupa dengan miskomunikasi, sedangkan tingkat komplain satu pintu menunjukkan nilai tertinggi dan kurang inisiatif memiliki nilai terendah. Keterbatasan waktu dan miskomunikasi menduduki posisi yang seimbang dalam pengaruhnya terhadap proyek atau aktivitas di Bikin Kreatif Digital Agency. Keduanya menimbulkan tantangan dalam proyek dengan tingkat signifikansi yang serupa.

Sementara itu, tingginya nilai komplain satu pintu menunjukkan bahwa pengaruh komplain dari klien yang langsung diterima oleh customer service dan project manager memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap aliran pekerjaan dan persepsi klien terhadap layanan yang diberikan.

Di sisi lain, kurang inisiatif diidentifikasi sebagai faktor penghambat dengan nilai terendah, menunjukkan bahwa rendahnya tingkat inisiatif dari anggota tim mungkin memiliki dampak lebih kecil dibandingkan dengan faktor-faktor penghambat lainnya.

SIMPULAN

Dengan merinci setiap aspek yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa Bikin Kreatif Digital Agency, dalam konteks factor penghambat dalam aliran komunikasi, menghadapi tantangan dan peluang yang kompleks. Faktor penghambat, seperti keterbatasan waktu, miskomunikasi, dan tingginya nilai komplain satu pintu, memberikan pandangan mendalam tentang area-area yang perlu diperbaiki. Perhatian khusus terhadap manajemen waktu, pencegahan miskomunikasi, dan penanganan komplain menjadi krusial untuk memastikan kesinambungan operasional dan kepuasan klien.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar. (2015). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Bandur, A. (2016). *Penelitian Kualitatif Metodologi, Desain, Dan Teknik Analisis Data Dengan Nvivo 11 Plus*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Creswell, J. W. & Creswell, J. D. (2018). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (Fifth Edi).
- Hidayat, N. D. (2003). Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik. *Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia*.

- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Satu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Puspita, T. W., Violinda, Q., Hesty Utami, R., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Human Relation, Kerjasama Tim, Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada PT Liebra Permana). *Jurnal Bisnis Kolega (JBK)*, Vol. 9 No.(2), 2621-8291. <https://doi.org/10.57249/jbk>
- Robert K. Yin. (2003). *Case Study Research Design and Methods*. Coshmos Corporation.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syaroh, M., & Lubis, I. (2020). Komunikasi Antarpribadi Guru Dan Siswa Dalam Mencegah Kenakalan Remaja. *Jurnal Network Media*, Vol: 3 No.(1), 95-101.