

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi organisasi antara pimpinan dan karyawan dalam penerapan visi dan misi. Selain itu penelitian ini bertujuan juga untuk mengetahui hambatan komunikasi organisasi di Pentjipta Creative Communication. Penelitian ini menggunakan Teori Kebutuhan Interpersonal sebagai kerangka teoritis untuk melihat aspek inklusi, kontrol, dan afeksi yang dimiliki setiap individu dalam *creative agency* Pentjipta Creative Communication. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, studi pustaka, dan analisa dokumen. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi yang digunakan pada *creative agency* Pentjipta Creative Communication adalah menggunakan pola komunikasi bintang atau menyeluruh. Pola komunikasi bintang atau menyeluruh didapatkan dari hasil penelitian dan pengamatan lapangan, yang dimana pola ini tidak memiliki peran pemimpin yang diartikan dengan pimpinan tidak menginginkan adanya panggilan khusus. Selain itu pola ini menjelaskan bahwa seseorang dapat mengambil alih kepemimpinan yang diartikan bahwa, seorang pemimpin dapat mengambil alih kepemimpinan guna mengambil sebuah keputusan atas hasil diskusi bersama. Penelitian ini memberikan pandangan terkait teori kebutuhan hubungan interpersonal bahwa aspek-aspek kebutuhan antarpribadi seperti inklusi, kontrol, dan afeksi yang terpenuhi, akan menciptakan hubungan interaksi antar setiap individu dalam organisasi.

Kata kunci: Pola Komunikasi Organisasi, Hambatan Komunikasi Organisasi, Teori Kebutuhan Hubungan Interpersonal, Pentjipta Creative Communication

ABSTRACT

This study aims to determine the pattern of organizational communication between leaders and employees in implementing the vision and mission. In addition, this research also aims to find out the barriers of organizational communication in Pentjipta Creative Communication. This research uses Fundamental Interpersonal Relations Orientation Theory as a theoretical framework to see the aspects of inclusion, control, and affection that each individual has in Pentjipta Creative Communication Creative Agency. The research method used in this research is a case study by collecting data through interviews, observation, literature study, and document analysis. In this study, researchers used descriptive qualitative research with a constructivism paradigm. The result of this study indicate that the communication pattern used in Pentjipta Creative Communication Creative Agency is to use a star or comprehensive communication pattern. The pattern of star communication or comprehensiveness is obtained from research, result and field observations, where this pattern does not have a defined leadership role, meaning leadership does not desire any specific designation. Moreover, this pattern explains that someone can take over leadership, implying that a leader can assume leadership to make a decision based on the collective discussion outcome. This research provides a view related to the theory of fundamental interpersonal relations orientation that aspect of interpersonal needs such as inclusion, control, and affection are fulfilled, will create an interaction relationship between each individual in the organization.

Keywords: *Organizational Communication Patterns, Organizational Communication Barriers, Fundamental Interpersonal Relations Orientation Theory, Pentjipta Creative Communication*