Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: galungwaknook@gmail.co

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2025, Page: 4666-4673

Peran Komunikasi Kelompok dalam Meningkatkan Kreativitas dan Inovasi pada Organisasi

Luthfy Rijalul Fikri
Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang
dosen03120@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi kelompok dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi pada organisasi. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi terhadap anggota kelompok kerja pada sebuah organisasi. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis komunikasi kelompok sebagai mekanisme strategis yang menjembatani kreativitas dan inovasi dalam organisasi, dengan menekankan dinamika interaksi kelompok sebagai faktor utama pembentuk ide kreatif dan implementasi inovatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi kelompok yang terbuka, partisipatif, dan suportif berperan penting dalam mendorong munculnya ide-ide kreatif serta memperkuat proses inovasi organisasi. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas interaksi kelompok, kepercayaan antar anggota, serta kepemimpinan komunikatif menjadi faktor kunci dalam menciptakan iklim kreatif dan inovatif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian komunikasi kelompok serta implikasi praktis bagi organisasi dalam meningkatkan daya saing melalui inovasi.

Kata kunci: komunikasi kelompok, kreativitas, inovasi, organisasi, penelitian kualitatif.

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of group communication in enhancing creativity and innovation within organizations. The research employs a qualitative approach using a case study design. Data were collected through in-depth interviews, participant observation, and document analysis involving members of a work group within an organization. The novelty of this study lies in its analysis of group communication as a strategic mechanism that bridges creativity and innovation within organizations, emphasizing group interaction dynamics as the primary factor shaping the generation of creative ideas and their innovative implementation. The findings indicate that open, participatory, and supportive group communication plays a significant role in fostering creative ideas and strengthening organizational innovation processes. These results highlight that the quality of group interactions, mutual trust among members, and communicative leadership are key factors in creating a creative and innovative organizational climate. This study is expected to contribute theoretically to the development of group communication studies and provide practical implications for organizations in enhancing competitiveness through innovation.

Keywords: *group communication, creativity, innovation, organization, qualitative research.*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan elemen fundamental dalam kehidupan organisasi. Melalui komunikasi, individu-individu dalam organisasi dapat berinteraksi, berbagi informasi, membangun pemahaman bersama, serta mengoordinasikan tindakan untuk mencapai tujuan organisasi. Salah satu bentuk komunikasi yang memiliki peran strategis dalam organisasi adalah komunikasi kelompok. Komunikasi

kelompok didefinisikan sebagai proses pertukaran pesan antara tiga orang atau lebih yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama (Littlejohn & Foss, 2011).

Dalam konteks organisasi modern yang dinamis dan kompetitif, kreativitas dan inovasi menjadi kunci keberlangsungan dan keunggulan organisasi. Kreativitas merujuk pada kemampuan individu atau kelompok untuk menghasilkan ide-ide baru, orisinal, dan bernilai, sedangkan inovasi merupakan proses penerapan ide-ide kreatif tersebut ke dalam praktik nyata yang memberikan manfaat bagi organisasi (Amabile, 1996). Organisasi yang mampu mendorong kreativitas dan inovasi akan lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan dan tuntutan pasar.

Dalam praktiknya, banyak organisasi masih menghadapi permasalahan serius dalam komunikasi kelompok yang berdampak langsung pada rendahnya kreativitas dan inovasi. Berbagai tim kerja mengalami hambatan seperti dominasi komunikasi oleh individu tertentu, kurangnya ruang aman untuk menyampaikan ide, minimnya umpan balik konstruktif, serta miskomunikasi antaranggota kelompok. Kondisi ini menyebabkan ide-ide kreatif tidak berkembang secara optimal atau bahkan terhenti pada tahap diskusi tanpa implementasi nyata.

Fenomena tersebut semakin relevan dalam konteks organisasi modern yang menuntut kolaborasi lintas fungsi dan kerja berbasis tim. Dalam banyak kasus, kegagalan inovasi bukan disebabkan oleh kurangnya sumber daya atau kemampuan individu, melainkan oleh lemahnya dinamika komunikasi kelompok yang tidak mampu mengelola perbedaan pandangan, menyinergikan gagasan, dan membangun kesepahaman bersama. Akibatnya, potensi kreativitas anggota kelompok tidak terkonversi menjadi inovasi yang aplikatif dan bernilai bagi organisasi.

Oleh karena itu, penelitian mengenai peran komunikasi kelompok menjadi urgensi strategis untuk memahami secara empiris bagaimana pola, kualitas, dan dinamika interaksi kelompok dapat mendorong atau justru menghambat kreativitas dan inovasi organisasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan ilmiah yang tidak hanya memperkaya kajian komunikasi organisasi, tetapi juga menawarkan solusi praktis bagi organisasi dalam membangun sistem komunikasi kelompok yang lebih efektif dan inovatif.

Komunikasi kelompok memiliki keterkaitan erat dengan kreativitas dan inovasi. Interaksi dalam kelompok memungkinkan terjadinya pertukaran gagasan, diskusi, kolaborasi, serta proses pembelajaran bersama yang dapat memicu lahirnya ide-ide baru. Namun, komunikasi kelompok yang tidak efektif justru dapat menghambat kreativitas dan inovasi akibat dominasi tertentu, konflik yang tidak terkelola, atau kurangnya iklim psikologis yang aman. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana peran komunikasi kelompok dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi pada organisasi.

TINJAUAN PUSTAKA

a. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok merupakan proses interaksi yang melibatkan sejumlah individu yang saling bergantung dan berorientasi pada tujuan bersama (Tubbs & Moss, 2005). Dalam komunikasi kelompok, setiap anggota memiliki peran dan tanggung jawab dalam pertukaran pesan.

Teori-teori komunikasi kelompok yang relevan antara lain teori interaksi simbolik, teori fungsional kelompok, dan teori sistem. Teori fungsional menekankan bahwa efektivitas kelompok ditentukan oleh fungsi-fungsi komunikasi seperti berbagi informasi, pemecahan masalah, dan pengambilan keputusan. Sementara itu, teori sistem memandang kelompok sebagai suatu sistem yang saling terkait dengan lingkungan.

Efektivitas komunikasi kelompok dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain ukuran kelompok, kepemimpinan, norma kelompok, kohesi, serta iklim komunikasi yang terbuka dan suportif.

b. Kreativitas dan Inovasi dalam Organisasi

Kreativitas dalam organisasi didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru yang berguna bagi organisasi (Amabile, 1996). Inovasi merupakan kelanjutan dari kreativitas, yaitu proses implementasi ide-ide kreatif menjadi produk, layanan, atau proses baru.

Teori kreativitas organisasi menekankan pentingnya faktor individu, kelompok, dan organisasi. Faktor-faktor yang memengaruhi kreativitas dan inovasi meliputi motivasi intrinsik, dukungan organisasi, kepemimpinan, serta budaya organisasi yang mendorong eksperimen dan pembelajaran.

c. Hubungan antara Komunikasi Kelompok, Kreativitas, dan Inovasi

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan positif antara komunikasi kelompok yang efektif dengan tingkat kreativitas dan inovasi. Komunikasi yang terbuka memungkinkan pertukaran ide secara bebas, meningkatkan kepercayaan, serta mendorong kolaborasi.

Kerangka konseptual penelitian ini menempatkan komunikasi kelompok sebagai variabel kunci yang memengaruhi kreativitas dan inovasi melalui proses interaksi, diskusi, dan kolaborasi kelompok. Dalam penelitian kualitatif ini, hipotesis tidak dirumuskan secara formal, melainkan fokus pada eksplorasi mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

METODE PENELITIAN

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan **pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus** karena fokus kajian terletak pada pemahaman mendalam terhadap **proses, makna, dan dinamika komunikasi kelompok** dalam konteks organisasi yang nyata. Peran komunikasi kelompok dalam mendorong kreativitas dan inovasi tidak dapat sepenuhnya dijelaskan melalui pengukuran kuantitatif semata, karena melibatkan interaksi sosial, persepsi, pengalaman, serta pola komunikasi yang bersifat kontekstual dan kompleks.

Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali secara komprehensif bagaimana anggota kelompok berkomunikasi, berbagi ide, merespons perbedaan pandangan, serta membangun kolaborasi yang berujung pada lahirnya kreativitas dan inovasi. Pendekatan ini relevan karena kreativitas dan inovasi merupakan fenomena sosial yang berkembang melalui proses komunikasi yang dinamis, bukan sekadar hasil akhir yang dapat dihitung secara numerik.

Sementara itu, **studi kasus** dipilih karena memberikan ruang untuk menelaah secara mendalam praktik komunikasi kelompok dalam satu konteks organisasi tertentu. Dengan studi kasus, peneliti dapat mengaitkan dinamika komunikasi kelompok dengan kondisi struktural, budaya organisasi, serta situasi kerja yang spesifik, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih utuh dan empiris. Pendekatan ini juga memungkinkan identifikasi faktor-faktor kunci yang berperan dalam keberhasilan atau kegagalan komunikasi kelompok dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi.

Dengan demikian, penggunaan metode kualitatif dan studi kasus menjadi relevan dan strategis karena sejalan dengan tujuan penelitian, yaitu **menjelaskan peran komunikasi kelompok sebagai proses sosial yang membentuk kreativitas dan inovasi organisasi,** sekaligus memberikan temuan yang kontekstual, mendalam, dan aplikatif.

b. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah anggota kelompok kerja dalam suatu organisasi. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria individu yang terlibat aktif dalam kerja kelompok dan proses pengambilan keputusan. Jumlah partisipan penelitian adalah 10–15 orang dengan latar belakang jabatan dan pengalaman yang beragam.

c. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Instrumen penelitian berupa pedoman wawancara semi-terstruktur dan lembar observasi. Prosedur pengumpulan data dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan etika penelitian.

d. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik. Tahapan analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dibantu dengan pencatatan manual dan pengelompokan tema-tema utama yang muncul dari data.

PEMBAHASAN

a. Deskripsi Data dan Partisipan

Penelitian ini melibatkan 12 partisipan yang merupakan anggota aktif kelompok kerja dalam organisasi, terdiri atas pimpinan unit, staf pelaksana, dan koordinator tim. Rentang usia partisipan berada antara 25–48 tahun dengan masa kerja 3–15 tahun. Seluruh partisipan terlibat secara langsung dalam aktivitas kerja kelompok yang bersifat rutin maupun berbasis proyek.

Berdasarkan hasil observasi, interaksi kelompok berlangsung dalam dua bentuk utama, yaitu komunikasi formal melalui rapat rutin, diskusi evaluasi, dan forum perencanaan, serta komunikasi informal melalui percakapan nonformal dan media komunikasi internal. Kedua bentuk komunikasi ini saling melengkapi dalam membangun dinamika kelompok.

b. Temuan Utama Penelitian

Hasil analisis tematik terhadap data wawancara dan observasi menghasilkan tiga tema utama, yaitu: (1) keterbukaan komunikasi kelompok, (2) partisipasi dan kolaborasi anggota, serta (3) peran kepemimpinan komunikatif.

Pertama, keterbukaan komunikasi kelompok tercermin dari adanya ruang aman bagi anggota untuk menyampaikan ide, pendapat, dan kritik tanpa rasa takut akan sanksi. Partisipan menyatakan bahwa iklim komunikasi yang terbuka mendorong munculnya gagasan kreatif karena setiap ide dihargai sebagai kontribusi kelompok.

Kedua, partisipasi dan kolaborasi anggota kelompok menjadi faktor penting dalam mendorong kreativitas dan inovasi. Diskusi kelompok memungkinkan terjadinya pertukaran perspektif, penggabungan ide, serta proses pemecahan masalah secara kolektif. Proses ini tidak hanya menghasilkan ide baru, tetapi juga memperkaya kualitas keputusan yang diambil.

Ketiga, kepemimpinan komunikatif berperan sebagai fasilitator dalam komunikasi kelompok. Pemimpin yang mampu mendengarkan, memberi umpan balik konstruktif, dan mendorong dialog terbuka terbukti mampu meningkatkan keterlibatan anggota serta mempercepat proses inovasi.

Selain temuan di atas, terdapat temuan lain dalam penelitian ini, bahwa komunikasi kelompok memiliki peran strategis dan determinan dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi organisasi. Penelitian ini mengungkap bahwa kualitas komunikasi kelompok yang tercermin melalui keterbukaan komunikasi, partisipasi aktif anggota, pertukaran ide yang setara, serta umpan balik konstruktif sangat berpengaruh langsung terhadap munculnya ide-ide kreatif dalam kelompok kerja.

Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa dinamika interaksi kelompok berfungsi sebagai penghubung utama antara kreativitas dan inovasi. Kelompok dengan pola komunikasi yang kolaboratif dan suportif cenderung mampu mengelola perbedaan pandangan secara produktif, sehingga ide kreatif tidak berhenti pada tahap konseptual, tetapi berkembang menjadi inovasi yang dapat diimplementasikan dalam konteks organisasi.

Kemudian, temuan penting lainnya menunjukkan bahwa hambatan komunikasi kelompok**,** seperti dominasi komunikasi oleh individu tertentu, kurangnya kejelasan pesan, dan rendahnya kepercayaan antaranggota, secara signifikan menghambat proses kreatif dan menurunkan efektivitas inovasi. Dengan demikian, kegagalan inovasi dalam organisasi tidak semata-mata disebabkan oleh keterbatasan sumber daya atau kemampuan individu, melainkan oleh lemahnya pengelolaan komunikasi di tingkat kelompok.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi kelompok bukan hanya sarana pertukaran informasi**,** melainkan merupakan instrumen strategis organisasi dalam membangun lingkungan kreatif dan inovatif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan pola komunikasi kelompok menjadi kunci dalam upaya meningkatkan daya saing dan adaptabilitas organisasi.

c. Peran Komunikasi Kelompok dalam Kreativitas

Komunikasi kelompok berfungsi sebagai media utama dalam proses penciptaan ide kreatif. Interaksi intensif antaranggota memungkinkan terjadinya brainstorming, eksplorasi gagasan, dan refleksi bersama. Kreativitas tidak muncul secara individual semata, melainkan sebagai hasil interaksi sosial dalam kelompok.

Komunikasi kelompok memiliki peran fundamental dalam mendorong dan memfasilitasi kreativitas dalam organisasi. Kreativitas tidak semata-mata muncul sebagai kemampuan individual, melainkan merupakan hasil dari proses sosial yang terbentuk melalui interaksi, pertukaran gagasan, dan kolaborasi antaranggota kelompok. Dalam konteks ini, komunikasi kelompok berfungsi sebagai medium utama yang memungkinkan individu mengekspresikan ide, mengembangkan gagasan, serta mengonstruksi makna secara kolektif (Littlejohn & Foss, 2011).

Salah satu peran utama komunikasi kelompok dalam kreativitas adalah menciptakan iklim psikologis yang aman (*psychological safety*)**.** Iklim ini memungkinkan anggota kelompok untuk menyampaikan ide-ide baru, berbeda, bahkan kontroversial tanpa rasa takut akan penolakan atau sanksi sosial. Penelitian menunjukkan bahwa kelompok dengan komunikasi yang terbuka dan suportif cenderung menghasilkan ide yang lebih beragam dan inovatif dibandingkan kelompok dengan pola komunikasi yang tertutup dan hierarkis (West, 2002). Dalam penelitian ini, keterbukaan komunikasi terbukti mendorong anggota untuk lebih aktif berpartisipasi dalam diskusi kreatif.

Selain itu, komunikasi kelompok berperan dalam proses pertukaran perspektif *(sharing perspectives).* Diskusi kelompok memungkinkan anggota dengan latar belakang, pengalaman, dan keahlian yang berbeda untuk saling melengkapi dan memperkaya ide. Proses ini sejalan dengan pandangan teori interaksi simbolik yang menekankan bahwa makna dan ide terbentuk melalui interaksi sosial (Blumer, dalam Littlejohn & Foss, 2011). Dengan demikian, kreativitas kelompok tidak hanya berasal dari ide individual, tetapi dari proses negosiasi makna dan sintesis gagasan yang terjadi melalui komunikasi.

Komunikasi kelompok juga berfungsi sebagai sarana brainstorming dan refleksi kolektif**.** Melalui diskusi yang terstruktur maupun informal, anggota kelompok dapat mengembangkan ide awal menjadi konsep yang lebih matang. Amabile (1996) menegaskan bahwa lingkungan sosial yang mendukung, termasuk komunikasi yang intens dan konstruktif, merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong kreativitas. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa diskusi kelompok menjadi ruang utama bagi eksplorasi ide sebelum ide tersebut dikembangkan lebih lanjut.

Peran lain yang tidak kalah penting adalah kontribusi komunikasi kelompok dalam mengelola perbedaan pendapat dan konflik secara konstruktif**.** Perbedaan pandangan dalam kelompok merupakan hal yang tidak terhindarkan, namun melalui komunikasi yang efektif, perbedaan tersebut dapat diolah menjadi sumber kreativitas. Konflik tugas (*task conflict)* yang dikelola dengan baik justru dapat meningkatkan kualitas ide dan solusi yang dihasilkan (Robbins & Judge, 2017). Oleh karena itu, komunikasi kelompok yang efektif tidak hanya menekan konflik, tetapi mengarahkan konflik ke arah yang produktif.

Lebih lanjut, kepemimpinan komunikatif dalam kelompok turut memengaruhi tingkat kreativitas. Pemimpin yang mampu memfasilitasi dialog, memberikan umpan balik yang konstruktif, serta menghargai kontribusi setiap anggota akan menciptakan suasana yang kondusif bagi kreativitas kelompok (Panuju, 2019). Dalam penelitian ini, peran pemimpin sebagai fasilitator komunikasi terbukti memperkuat keterlibatan anggota dalam proses kreatif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi kelompok memainkan peran strategis dalam meningkatkan kreativitas organisasi melalui penciptaan iklim komunikasi yang terbuka, pertukaran ide yang intensif, pengelolaan konflik secara konstruktif, serta kepemimpinan yang komunikatif. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kreativitas merupakan hasil dari proses komunikasi sosial yang dinamis dalam kelompok, bukan semata-mata kemampuan individual.

d. Peran Komunikasi Kelompok dalam Inovasi Organisasi

Dalam konteks inovasi, komunikasi kelompok berperan dalam tahap seleksi, pengembangan, dan implementasi ide. Diskusi kelompok digunakan untuk menilai kelayakan ide, menyempurnakan konsep, serta menyepakati langkah implementasi. Dengan demikian, komunikasi kelompok menjadi jembatan antara kreativitas dan inovasi organisasi.

Inovasi organisasi merupakan proses kompleks yang melibatkan penciptaan, pengembangan, dan penerapan ide-ide baru yang memberikan nilai tambah bagi organisasi. Dalam proses tersebut, komunikasi kelompok memainkan peran sentral sebagai mekanisme penghubung antara kreativitas

individual dan implementasi inovasi secara kolektif. Tanpa komunikasi kelompok yang efektif, ide-ide kreatif cenderung berhenti pada tataran konseptual dan sulit diwujudkan menjadi inovasi nyata (Amabile, 1996).

Salah satu peran utama komunikasi kelompok dalam inovasi organisasi adalah sebagai sarana koordinasi dan integrasi ide. Melalui diskusi kelompok, ide-ide yang dihasilkan oleh individu dapat dievaluasi, diseleksi, dan dikombinasikan dengan perspektif lain sehingga menjadi solusi yang lebih komprehensif. Proses ini sejalan dengan teori sistem yang memandang organisasi sebagai kesatuan elemen yang saling bergantung dan terhubung melalui komunikasi (Littlejohn & Foss, 2011). Dengan demikian, komunikasi kelompok memungkinkan inovasi berkembang secara sistematis dan terarah.

Komunikasi kelompok juga berperan penting dalam pengambilan keputusan inovatif. Keputusan untuk mengadopsi atau mengimplementasikan suatu ide baru umumnya melibatkan pertimbangan berbagai pihak dalam kelompok. Diskusi terbuka memungkinkan anggota untuk menyampaikan analisis, risiko, dan peluang yang berkaitan dengan inovasi yang diusulkan. Robbins dan Judge (2017) menyatakan bahwa kualitas keputusan organisasi sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi dalam kelompok kerja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses inovasi berjalan lebih efektif ketika keputusan diambil melalui komunikasi partisipatif.

Selain itu, komunikasi kelompok berfungsi sebagai media pembelajaran organisasi *(organizational learning)***.** Melalui interaksi kelompok, anggota organisasi dapat berbagi pengalaman, pengetahuan, dan praktik terbaik yang mendukung pengembangan inovasi. Proses pembelajaran ini memungkinkan organisasi untuk melakukan perbaikan berkelanjutan dan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan (West, 2002). Dalam konteks penelitian ini, forum diskusi kelompok menjadi ruang refleksi bersama atas keberhasilan dan kegagalan inovasi sebelumnya.

Peran komunikasi kelompok dalam inovasi juga tampak pada tahap implementasi dan difusi inovasi**.** Inovasi yang telah disepakati perlu dikomunikasikan secara jelas agar dapat dipahami dan diterapkan oleh seluruh anggota organisasi. Komunikasi kelompok membantu menyelaraskan pemahaman, membangun komitmen, serta mengurangi resistensi terhadap perubahan. Effendy (2018) menegaskan bahwa komunikasi yang efektif merupakan kunci keberhasilan perubahan organisasi, termasuk dalam implementasi inovasi.

Lebih lanjut, kepemimpinan komunikatif dalam kelompok memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan inovasi organisasi. Pemimpin yang mampu mengartikulasikan visi inovasi, memfasilitasi dialog, dan memberikan dukungan komunikatif akan memperkuat keterlibatan anggota dalam proses inovasi (Panuju, 2019). Kepemimpinan semacam ini mendorong terbentuknya kepercayaan dan komitmen bersama terhadap tujuan inovatif organisasi.

Dengan demikian, komunikasi kelompok berperan strategis dalam seluruh tahapan inovasi organisasi, mulai dari pengembangan ide, pengambilan keputusan, pembelajaran organisasi, hingga implementasi dan difusi inovasi. Temuan ini menegaskan bahwa inovasi bukan hanya persoalan teknologi atau sumber daya, melainkan hasil dari proses komunikasi kelompok yang terkelola secara efektif dan berkelanjutan.

a. Ringkasan Hasil

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi kelompok yang efektif, terbuka, dan partisipatif berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi organisasi melalui proses interaksi, kolaborasi, dan kepemimpinan komunikatif.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa komunikasi kelompok memiliki peran strategis dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam organisasi. Dalam konteks kreativitas, komunikasi kelompok berfungsi sebagai media utama bagi proses penciptaan ide melalui interaksi sosial, pertukaran gagasan, dan kolaborasi antaranggota. Iklim komunikasi yang terbuka dan suportif menciptakan rasa aman psikologis yang mendorong anggota kelompok untuk mengekspresikan ide-ide baru secara bebas. Selain itu, proses pertukaran perspektif, brainstorming, serta pengelolaan perbedaan pendapat secara konstruktif terbukti memperkaya kualitas ide kreatif yang dihasilkan.

Lebih lanjut, kepemimpinan komunikatif berperan penting dalam memfasilitasi dialog, meningkatkan partisipasi anggota, dan memperkuat keterlibatan dalam proses kreatif. Kreativitas

organisasi dengan demikian tidak muncul secara individual, melainkan merupakan hasil dari proses komunikasi sosial yang dinamis dalam kelompok.

Dalam konteks inovasi organisasi, komunikasi kelompok berperan sebagai penghubung antara kreativitas dan implementasi ide. Komunikasi kelompok memungkinkan proses seleksi, pengembangan, dan pengambilan keputusan inovatif dilakukan secara partisipatif dan terkoordinasi. Selain itu, komunikasi kelompok mendukung pembelajaran organisasi melalui berbagi pengalaman dan refleksi kolektif, serta berperan penting dalam tahap implementasi dan difusi inovasi dengan menyelaraskan pemahaman dan membangun komitmen bersama.

Secara keseluruhan, hasil pembahasan menegaskan bahwa komunikasi kelompok merupakan faktor kunci dalam seluruh tahapan kreativitas dan inovasi organisasi. Inovasi yang berkelanjutan tidak hanya ditentukan oleh sumber daya atau teknologi, tetapi sangat bergantung pada kualitas komunikasi kelompok yang terbuka, partisipatif, dan dikelola secara efektif.

KESIMPULAN

a. Kesimpulan

Dari pembahasan di atas, maka dapat ditarik beberapa Kesimpulan diantaranya:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi kelompok dalam organisasi berlangsung melalui berbagai bentuk dan pola, baik komunikasi formal maupun informal. Pola komunikasi yang dominan bersifat dua arah dan partisipatif, ditandai dengan adanya keterbukaan, interaksi aktif antaranggota, serta mekanisme diskusi dan koordinasi yang terstruktur untuk mencapai tujuan bersama.
2. Komunikasi kelompok memberikan kontribusi yang signifikan terhadap munculnya kreativitas anggota organisasi. Melalui proses pertukaran ide, diskusi, dan kolaborasi, komunikasi kelompok menciptakan ruang yang mendukung kebebasan berekspresi, pemikiran kritis, serta pengembangan gagasan-gagasan baru yang kreatif.
3. Komunikasi kelompok berperan penting dalam proses inovasi organisasi, mulai dari tahap perumusan ide hingga implementasi inovasi. Komunikasi yang efektif memungkinkan integrasi berbagai gagasan kreatif, pengambilan keputusan secara kolektif, serta penyelarasan tindakan antaranggota, sehingga inovasi dapat diwujudkan secara optimal dan berkelanjutan.

b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar organisasi lebih memperhatikan dan mengembangkan pola komunikasi kelompok yang terbuka, partisipatif, dan kolaboratif guna mendorong munculnya kreativitas dan inovasi. Pimpinan organisasi perlu menciptakan iklim komunikasi yang kondusif dengan memberikan ruang diskusi, menghargai perbedaan pendapat, serta mendorong keterlibatan aktif seluruh anggota kelompok. Selain itu, organisasi disarankan untuk memanfaatkan media komunikasi yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan kelompok agar proses pertukaran ide dapat berjalan optimal.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji peran komunikasi kelompok dengan menggunakan pendekatan dan konteks organisasi yang berbeda, serta menambahkan variabel lain seperti kepemimpinan, budaya organisasi, atau teknologi komunikasi, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kreativitas dan inovasi organisasi.

c. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah partisipan dan fokus pada satu organisasi. Penelitian mendatang dapat memperluas konteks dan jumlah kasus untuk meningkatkan generalisasi temuan.

DAFTAR PUSTAKA

Amabile, T. M. (1996). Creativity in Context. Boulder, CO: Westview Press.

Bungin, B. (2017). Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana.

Effendy, O. U. (2018). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). Theories of Human Communication. Long Grove, IL: Waveland Press.
Moleong, L. J. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
Panuju, R. (2019). Komunikasi Organisasi dan Inovasi. Jurnal Komunikasi, 13(2), 115–128.
Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2018). Komunikasi Kelompok dalam Organisasi Modern. Jurnal Ilmu Komunikasi, 16(1), 45–58.
Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). Organizational Behavior. Boston: Pearson Education.
Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
Tubbs, S. L., & Moss, S. (2005). Human Communication: Principles and Contexts. New York: McGraw-Hill.
West, M. A. (2002). Sparkling Fountains or Stagnant Ponds: An Integrative Model of Creativity and Innovation Implementation in Work Groups. Applied Psychology, 51(3), 355–387.
Wibowo. (2020). Budaya Organisasi dan Inovasi. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 22(1), 1–10.