

**KOMUNIKASI DAN KREATIVITAS:  
APAKAH DIBUTUHKAN DALAM ORGANISASI?**

**Thea Geneveva J. Jesajas**  
FEB Universitas Panca Bhakti  
Email: thea.jesajas@upb.ac.id

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh variabel komunikasi dan kreativitas terhadap kinerja karyawan. Penelitian dilakukan di PT Bank XYZ yang berlokasi di Jakarta pada bulan April 2023. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 82 orang dimana seluruh populasi dijadikan sampel (sensus). Analisis data dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas menggunakan aplikasi pengolahan data yaitu Statistical Package for the Social Science (SPSS) versi 22. Model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel komunikasi dan kreatif sebagai variabel bebas, kinerja sebagai variabel terikat. variabel. Ditemukan bahwa tidak ada pengaruh antara komunikasi dan kinerja. Dimana kreativitas mempunyai pengaruh terhadap kinerja khususnya pada kreativitas pegawai dimana kreativitas tetap dimiliki oleh pegawai meskipun masih terdapat perbedaan penempatan posisi kerja. Hal ini dikarenakan kreativitas merupakan hal yang penting dalam bisnis, karena memiliki 4 (empat) manfaat, dimana dalam Fosters for Growth artinya berkaitan dengan perkembangan suatu perusahaan yang diharapkan mampu memaknai atau melihat suatu situasi atau tantangan untuk memahami dengan jelas. keadaan yang dihadapi perusahaan, mendorong pemikiran kreatif para karyawan agar dapat merencanakan tindakan yang akan dilakukan agar perusahaan tidak stagnan.

**Kata Kunci:** Komunikasi, Kreativitas, Organisasi

**Abstract**

*The purpose of this study is to evaluate the influence of communication and creativity variables on performance of employees. The research was conducted at PT Bank XYZ located in Jakarta in April 2023. The population in this study amounted to 82 people where the entire population was sampled (census). The data was analyzed by testing validity and reliability using a data processing application, namely the Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 22. The multiple linear regression model used in this research is communication and creative variables as independent variables, performance as dependent variables. It was found that there was no influence between communication and performance. Where creativity has an influence on performance, especially on employee creativity where creativity is still owned by employees even though there are still discrepancies in job position placement. This is because creativity is important in business, because it has four (4) benefits, where in Fosters for Growth it means related to the development of a company that is expected to be able to interpret or see a situation or challenge to clearly understand the*

*circumstances faced by the company, encourage creative thinking of employees so that they can plan actions to be carried out so that the company does not stagnate.*

**Keywords:** *Communication, Creativity, Organization*

## **PENDAHULUAN**

Dama & Ogi, 2018Dama & Ogi, 2018Berhasil atau tidaknya suatu organisasi dalam mencapai tujuan bergantung pada keberhasilan individu dalam melakukan pekerjaan mereka. Manajemen sumber daya manusia adalah bidang yang mempelajari bagaimana mengelola, memanfaatkan, dan mengatur sumber daya manusia dalam aktivitas organisasi sehingga mereka dapat bekerja secara produktif. Sumber daya manusia adalah komponen yang diatur oleh manajemen. Sumber daya manusia adalah bagian penting dari setiap bisnis; tanpanya, perusahaan tidak ada. Sumber daya manusia profesional adalah sumber daya manusia yang dapat diandalkan dan mampu menyelesaikan tugas perusahaan (Dama & Ogi, 2018). Kinerja adalah hasil dari usaha yang dilakukan oleh karyawan dalam proses mencapai tujuan tertentu. Hasil kinerja menunjukkan seberapa besar usaha yang dilakukan oleh karyawan dalam proses mencapai tujuan tersebut. Hubungan antara apa yang telah ditentukan dan apa yang terjadi di lapangan seharusnya ada untuk mencapai tingkat kinerja yang tinggi. Karena komunikasi yang jelas dan rinci akan terjadi, tujuan dan hasil akan cocok dan sesuai (Susanti et al.,2021). Salah satu dari penelitian yang dilakukan oleh Tuffaha (2020), terdapat sejumlah variabel yang memengaruhi kinerja karyawan yaitu *organizational knowledge, information and communication technology, empowerment approach, innovation, creativity, organization culture*.

Komunikasi adalah masalah utama dalam organisasi mana pun, baik pemerintah, swasta, atau kepartaian. Dalam suatu organisasi atau perusahaan, kinerja dapat ditingkatkan dengan berkomunikasi dengan baik dan benar. Perluasan area komunikasi akan memungkinkan komunikasi yang efektif. Untuk mencapai tujuan ini, organisasi harus membangun kepercayaan dengan membuka diri terhadap orang lain dan berusaha meminta umpan balik dari orang lain. Dengan membuka diri terhadap pendapat, perasaan, dan pikiran orang lain atau memungkinkan orang lain untuk memberikan "umpan balik" kepadanya, hubungan mereka dengan orang lain akan menjadi lebih baik (Supomo & Nurhayati, 2022).

Pada dasarnya kreativitas adalah suatu proses membangkitkan, mengembangkan dan menghasilkan gagasan baru untuk menyelesaikan masalah, memenuhi kebutuhan atau menawarkan peluang baru bagi organisasi. Kreativitas individu juga mempengaruhi kinerja pekerjaan melalui dimensi. Kreativitas dalam hubungan ini dapat dianggap sebagai proses menyelesaikan pekerjaan atau meningkatkan kinerja secara inovatif (Khatib et al., 2021). Kreativitas mengandung komponen salah satunya adalah *expertise* yang berkaitan dengan mencocokkan orang yang tepat dengan penugasan yang sesuai dengan mempertimbangkan keahlian utama, keterampilan berpikir kreatif dan memiliki motivasi (Wibowo, 2022).

Kemampuan untuk berimajinasi dan menciptakan konsep baru dengan menggabungkan, mengubah, atau menerapkan konsep yang sudah ada dengan cara yang belum pernah terpikirkan sebelumnya dikenal sebagai kreatifitas (Yahya & Sukarno, 2021).

Penelitian dilakukan pada salah satu lembaga perbankan yang saat ini berfokus pada sektor bank digital. Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan transaksi keuangan dengan menawarkan kemudahan akses, transparansi dan fleksibilitas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kalogiannidis (2020) bahwa komunikasi yang efektif dalam sebuah organisasi dapat membantu karyawan untuk berbagi informasi, ide atau pengetahuan dan keterampilan sehingga memungkinkan mereka untuk bekerja secara efektif dan dapat memenuhi tujuan yang diharapkan organisasi. Dalam hal ini, karyawan dituntut untuk memiliki kemampuan dalam berkomunikasi sehingga mampu menjalin komunikasi efektif dengan nasabahnya. Namun masih ditemukan fenomena bahwa belum semua karyawan dapat menjalin komunikasi yang baik untuk memperkuat hubungan dengan nasabah. Disamping itu, masih terdapat karyawan yang dilihat belum tepat dengan penugasan yang diberikan (*expertise*), sehingga mempengaruhi keterampilan berpikir kreatif dalam menyelesaikan permasalahan yang dialami, yaitu tidak dapat menarik minat nasabah dalam penggunaan produk dan layanan sehingga mempengaruhi daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

### ***Kinerja***

Tidak ada organisasi yang berkembang tanpa kinerja. Untuk mencapai tujuan perusahaan, setiap karyawan harus berkinerja baik. Ini tergantung pada kualitas dan kemampuan karyawan untuk melakukan tugas yang diberikan kepada mereka. Terdapat enam indikator kinerja karyawan meliputi (1) Kualitas berasal dari persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan, (2) Kuantitas merupakan jumlah yang dihasilkan dinyatakan dalam istilah seperti jumlah unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan, (3) Ketepatan waktu merupakan tingkat aktivitas diselesaikan pada awal waktu yang dinyatakan dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas lain, (4) Efektivitas merupakan tingkat penggunaan sumber daya organisasi (tenaga, uang, teknologi, bahan baku) dimaksimalkan dengan maksud menaikkan hasil dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya, (5) Kemandirian merupakan tingkat seseorang karyawan. Akbar, (2018) menyatakan kinerja adalah proses melakukan tugas yang diberikan kepada karyawan sesuai dengan pekerjaan mereka dan sesuai dengan kemampuan mereka untuk mencapai hasil kerja dan prestasi yang diharapkan dari mereka dalam organisasi. Selain itu, indikator taat asas adalah bagian penting dari kinerja, beberapa indikator lain adalah target, kualitas, dan waktu penyelesaian.

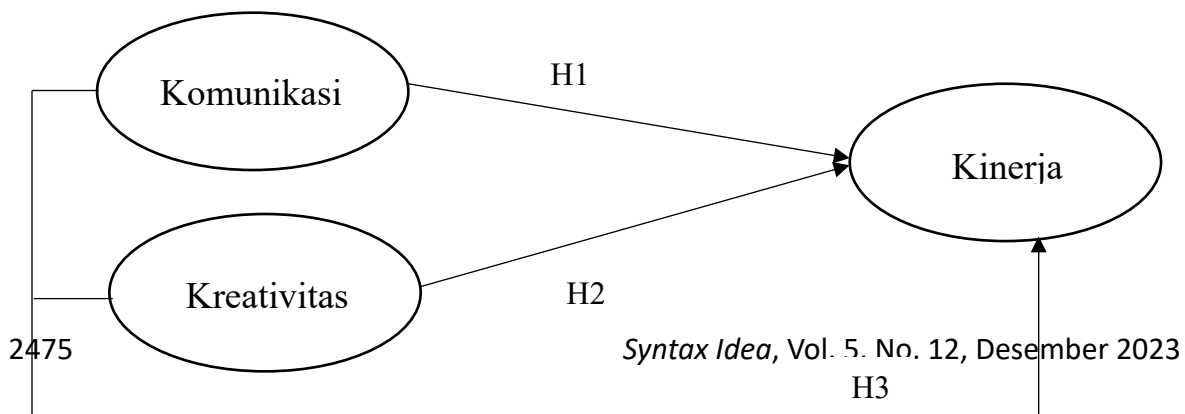
### ***Komunikasi***

Komunikasi sangat penting dalam sebuah organisasi, begitu juga dengan pentingnya komunikasi dalam bisnis karena melakukan pekerjaan di antara rekan kerja membutuhkan komunikasi yang efektif sehingga pesan pekerjaan dapat dipahami. Jika keduanya

memahami arti informasi yang dikomunikasikan, komunikasi yang efektif akan terjadi. Sehingga komunikasi dalam organisasi dapat diatur dengan baik, komunikasi tingkat atas dan bawah harus memiliki arti yang sama dan sebaliknya (Palupi, 2022). Komunikasi yang baik akan membuat tempat kerja menjadi sehat dan transparan. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan inovasi dan dedikasi pegawai kantor. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif sangat penting dalam sebuah organisasi. Komunikasi organisasi sangat penting. Dengan cara yang sama, perilaku individu dipengaruhi oleh komunikasi organisasi: kepada siapa mereka berbicara, siapa yang mereka sukai, bagaimana perasaan mereka, apa yang akan mereka capai, dan bagaimana mereka menyelaraskan diri dengan organisasi (Riono et al., 2020). Komunikasi, menurut (Umam, 2018), adalah pembicaraan atau pertukaran pendapat untuk mempertahankan kebersamaan dan kolaborasi yang memperhatikan kejelasan, ketepatan, konteks, pengaluran dan kebudayaan dalam berkomunikasi.

**Kreativitas**

Semua organisasi bekerja dalam lingkungan yang terbuka, dengan interaksi dengan organisasi lain yang memiliki kepentingan yang sama dan berbeda. Jika orang memiliki kepentingan yang sama, pasti akan ada persaingan. Untuk memenangkan kompetisi, Anda harus memiliki daya saing yang kuat. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan karyawan yang kreatif dan selalu mencari cara baru untuk melakukan pekerjaan mereka. Dalam Revolusi Industri saat ini, persaingan semakin sengit untuk menunjukkan kekuatan teknologi. Setiap organisasi harus mengembangkan teknologi secara berkelanjutan untuk tetap kompetitif dan bertahan. Untuk mendukung upaya ini, organisasi harus memiliki sumber daya manusia yang memiliki ide-ide inovatif untuk mencari teknologi yang sesuai dengan kebutuhan organisasi untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dan tuntutan pelanggan yang semakin meningkat (Wibowo, 2022). Lima komponen yang terdapat pada individu terkait kreativitas, yaitu; (1) *intellectual abilities* (kemampuan melihat masalah dengan cara baru), (2) *tacit knowledge* (tersirat) dan *explicit knowledge* (tentang bidang minat, pekerjaan, isu, produk, jasa dan sebagainya), (3) *style of thinking* (pemikiran cara baru), (4) *personality traits* (merasa mampu mengerjakan), (5) *intrinsic task motivation*.



### Gambar 1. Model Konseptual

Hipotesis Penelitian:

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh antara komunikasi terhadap kinerja

H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh antara kreativitas terhadap kinerja

H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh antara komunikasi dan kreativitas terhadap kinerja

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yang mendeskripsikan tentang aspek-aspek yang berhubungan dengan fenomena yang dilakukan oleh peneliti (Solimun et al., 2017). Penelitian dilakukan di PT Bank XYZ yang berlokasi di Jakarta pada bulan April 2023. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 82 orang dimana seluruh populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel (sensus). Hurriyati & Gunarto (2019) menjelaskan bahwa jika peneliti menggunakan seluruh elemen populasi menjadi data penelitian, maka disebut sensus. Peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan studi lapangan, wawancara dan penyebaran kuesioner.

Data dianalisis dengan dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan aplikasi pengolahan data yaitu *Statistical Package for the Sosial Science* (SPSS) versi 22. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif pada signifikan 5%, maka data tersebut dapat dikatakan *valid*. Sebaliknya, jika r hitung < r tabel maka data tidak valid. Selanjutnya, dilakukan uji reliabilitas terhadap seluruh butir pertanyaan secara bersamaan. Jika nilai Alpha > 0,70 maka reliabel (Sujarweni, 2016). Selanjutnya, dilakukan analisis data dengan kuantitatif yaitu menguji dan menganalisis data dengan menghitung angka-angka yang kemudian dapat ditarik kesimpulan dari pengujian tersebut dengan Analisis Regresi Linier Berganda yang persamaan linearnya dinyatakan dengan:

$$Y_t = a + b_1X_t + b_2X_{2t}.$$

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### *Uji Validitas dan Reliabilitas*

Pengujian validitas menggunakan bantuan *Statistical Package for the Sosial Science* (SPSS) dengan variabel Komunikasi (X1), Kreativitas (X2) dan Kinerja (Y). Nilai r tabel yang didapatkan untuk df (n-2) adalah 80 dengan tingkat signifikansi 0.05 diperoleh yaitu

0.2586. Selanjutnya angka  $r$  tabel tersebut dibandingkan dengan angka  $r$  hitung (kolom *Corrected Item-Total Correlation*) dimana butir pernyataan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hasil uji reliabilitas menggunakan kriteria nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  0.6 maka dikatakan *reliable* atau data dapat dipercaya.

**Tabel 1**  
**Hasil uji validitas dan reliabilitas**

Variabel	Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi	$r$ tabel n=56	Ket.	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket.
Komunikasi (X1)	X1.1	0.529	0.2172	Valid	0.731	Reliabel
	X1.2	0.643		Valid		Reliabel
	X1.3	0.681		Valid		Reliabel
	X1.4	0.613		Valid		Reliabel
	X1.5	0.412		Valid		Reliabel
	X1.6	0.471		Valid		Reliabel
	X1.7	0.447		Valid		Reliabel
	X1.8	0.594		Valid		Reliabel
	X1.9	0.541		Valid		Reliabel
	X1.10	0.430		Valid		Reliabel
Kreativitas (X2)	X2.1	0.678	0.2172	Valid	0.832	Reliabel
	X2.2	0.734		Valid		Reliabel
	X2.3	0.589		Valid		Reliabel
	X2.4	0.387		Valid		Reliabel
	X2.5	0.621		Valid		Reliabel
	X2.6	0.736		Valid		Reliabel
	X2.7	0.609		Valid		Reliabel
	X2.8	0.627		Valid		Reliabel
	X2.9	0.647		Valid		Reliabel
	X2.10	0.717		Valid		Reliabel
Kinerja (Y)	Y1.1	0.734	0.2172	Valid	0.887	Reliabel
	Y1.2	0.785		Valid		Reliabel
	Y1.3	0.747		Valid		Reliabel
	Y1.4	0.784		Valid		Reliabel
	Y1.5	0.726		Valid		Reliabel
	Y1.6	0.725		Valid		Reliabel
	Y1.7	0.745		Valid		Reliabel

Y1.8	0.756	Valid	Reliabel
------	-------	-------	----------

Sumber: hasil pengolahan data SPSS, 2023

**Uji Normalitas**

Dalam penelitian ini uji normalitas data yang digunakan adalah dengan uji *Kolmogorov Smirnov*, dengan melihat tingkat signifikansi 5%. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas adalah dengan melihat probabilitas *asyp.sig (2-tailed)* > 0,05 maka data terdistribusi normal dan sebaliknya jika *asyp.sig (2-tailed)* < 0,05 maka data terdistribusi tidak normal.

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.18720774
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.043
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

**Gambar 2.** Hasil uji normalitas variabel komunikasi dan kreativitas terhadap kinerja

Sumber: hasil pengolahan data SPSS, 2023

**Uji Heterokedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.371	2.567		-.534	.595
	Komunikasi	.080	.065	.151	1.235	.220
	Kreativitas	.018	.051	.044	.357	.722

a. Dependent Variable: AbsK

**Gambar 3.** Hasil uji heterokedastisitas

Sumber: hasil pengolahan data SPSS, 2023

Uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa jika nilai Sig. pada tabel hitung lebih besar dari tingkat signifikansinya (0.05), maka menunjukkan bahwa variabel tersebut sama sekali tidak menunjukkan heterokedastisitas atau homokedastisitas. Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas, menunjukkan bahwa nilai Sig. untuk variabel komunikasi (X1) yaitu 0.220 dan nilai Sig. untuk variabel kreativitas (X2) yaitu 0.722 dimana nilai tersebut lebih besar daripada 0.05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	<i>Collinearity Statistic</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	<i>(Constant)</i>	
	Komunikasi	0.820 1.219
	Kreativitas	0.820 1.219

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: hasil pengolahan data SPSS, 2023

Output uji multikolinearitas pada *collinearity statistic* menunjukkan hasil statistik kolinearitas, jika nilai VIF < 10, maka tidak ada gejala multikolinearitas dalam model regresi. Nilai VIF untuk Komunikasi (X1) dan Kreativitas (X2) berada di bawah angka 10, jadi dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tersebut tidak ada gejala multikolinearitas.

### Analisis Regresi Berganda

Model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi dan kreativitas sebagai variabel *independent*, kinerja sebagai variabel *dependent*. Dimana analisis regresi berganda berguna untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel *dependent* terhadap variabel *independent*.

**Tabel 3 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Bet	t	Sig.
1	(Constant)	.251	4.614		.054	.957
	Komunikasi	.181	.117	.138	1.551	.125
	Kreativitas	.648	.091	.631	7.110	.000



---

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

---

Sumber: hasil pengolahan data SPSS, 2023

Dari tabel 3 diatas, didapatkan persamaan model regresi yaitu:

$$Y = 0.251 + 0.181X_1 + 0.648X_2 + e$$

Dari persamaan diatas, dapat dijelaskan bagaimana model regresi tersebut memiliki variabel bebas (*independent*) komunikasi (X1) dan kreativitas (X2). Jika nilai satu variabel *independent* berubah sebesar 1 (satu), maka perubahan variabel terikat (*dependent*) kinerja (Y) adalah sebesar nilai koefisien (b) dari variabel *independent* tersebut.

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Hasil koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa komunikasi dan kreativitas adalah variabel bebas yang mempengaruhi kinerja. R *square* sebesar 0,490 atau 49% menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki kemampuan untuk mempengaruhi variabel terikat sebesar 49% dan variabel lain sebesar 51%. Pengujian yang dilakukan secara bersamaan ini bertujuan untuk menentukan apakah variabel komunikasi dan kreativitas mempengaruhi kinerja secara bersamaan. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4 Hasil uji determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 <sup>a</sup>	.490	.477	3.22730
a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Komunikasi, Kerjasama Tim				
b. Dependent Variable: Kinerja Pegawai				

Sumber: hasil pengolahan data SPSS, 2023

**Uji t**

Hasil perhitungan uji t variabel komunikasi (X1) terhadap kinerja (Y) memiliki nilai t hitung (1.551) lebih kecil dari t tabel (1.990) dengan kata lain t hitung < t tabel sehingga dapat dijelaskan bahwa komunikasi tidak berpengaruh terhadap kinerja. Dapat dilihat tingkat signifikansi sebesar 0.125 yang berarti lebih besar dari standar yang ditetapkan yaitu 0.05

atau ( $0.125 > 0.05$ ). Dari hasil uji signifikan ini ditemukan bahwa tidak terdapat pengaruh antara komunikasi terhadap kinerja. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad & Karollah (2022), (Riono et al., 2020), yaitu variabel komunikasi memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai dimana semakin tinggi komunikasi yang efektif dan semakin baik cara pegawai berkomunikasi dalam melakukan kerja maka akan semakin meningkatkan kinerja pegawai. Komunikasi yang tidak berpengaruh terhadap kinerja pada hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Najati & Susanto, 2022a), (Erwantiningsih, 2019) yang menunjukkan bahwa kelalaian dalam berkomunikasi antar karyawan tidak berpengaruh terhadap kinerja.

Hasil perhitungan uji t variabel kreativitas (X2) terhadap kinerja (Y) memiliki nilai t hitung (7.110) lebih besar dari t tabel (1.990) dengan kata lain t hitung  $>$  t tabel sehingga dapat dijelaskan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap kinerja. Dapat dilihat tingkat signifikansi sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari standar yang ditetapkan yaitu 0.05 atau ( $0.000 < 0.05$ ). Dari hasil uji signifikan ini ditemukan bahwa terdapat pengaruh antara kreativitas terhadap kinerja. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad & Karollah, 2022), (Astuti et al., 2019) yaitu dimana kreativitas memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai.

#### ***Uji F***

Berdasarkan hasil pengujian simultan nilai F hitung sebesar 37.986 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai probabilitasnya (0,000) lebih kecil dari 0,05 menunjukkan secara simultan variabel komunikasi (X1), dan kreativitas (X2) memiliki pengaruh terhadap kinerja (Y). Pengujian ini dilakukan menggunakan program SPSS yang menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 37.986 dimana F tabel sebesar 3.11, dengan kata lain F hitung  $>$  F tabel atau ( $37.986 > 3,11$ ) dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari standar yang ditetapkan yaitu 0,05 atau (0,000).

### ***Pembahasan***

#### ***Komunikasi terhadap Kinerja***

Berdasarkan hasil signifikansi diperoleh nilai sebesar 0.125 yang artinya tidak terdapat pengaruh Komunikasi (X1) terhadap Kinerja Karyawan (Y), hal ini dapat diartikan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh karyawan tidak sepenuhnya menentukan kinerja para karyawan. Dilihat dari kondisi yang terjadi, komunikasi yang dilakukan oleh karyawan dapat dikatakan komunikasi eksternal, dalam hal ini menurut (Widodo, 2022) komunikasi dalam suatu organisasi sangat penting untuk mengubah sikap anggotanya agar mereka dapat berpikir dan berperilaku sesuai dengan tujuan organisasi. Komunikasi internal dan eksternal merupakan bagian dari sistem komunikasi yang saling bergantung. Komunikasi eksternal merupakan bagian dari komunikasi organisasi dan sangat penting untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Jika organisasi tidak memiliki hubungan yang baik dengan lingkungannya, organisasi tersebut tidak akan beroperasi. Ini karena komunikasi eksternal

adalah cara untuk menyampaikan pesan tentang apa yang sedang terjadi atau apa yang telah dilakukan. (Ruslan, 2007) menuliskan keberhasilan sebuah lembaga dalam upaya untuk mendapatkan dukungan, pengertian, kepercayaan, partisipasi, kerjasama, dan hal-hal lain dari masyarakat dikenal sebagai keberhasilan dalam membina hubungan eksternal dimana hal ini tidak dapat langsung terjalin secara cepat karena dibutuhkan waktu dalam membina hubungan yang baik dengan masyarakat atau nasabah. Untuk menjalin hubungan yang baik antara masyarakat dan organisasi, organisasi diharapkan mampu memahami dan merespon harapan publik eksternal melalui komunikasi publik eksternal.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Palupi, 2022) yang menyatakan bahwa komunikasi sangat berpengaruh pada peningkatan kinerja dan produktivitas karyawan karena komunikasi adalah kunci keberhasilan pekerjaan. Komunikasi organisasi sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi dengan meningkatkan produktivitas karyawan. Disamping itu, terdapat penelitian yang memiliki hasil dimana komunikasi tidak berpengaruh dengan kinerja karyawan. Penelitian ini dilakukan oleh (Najati & Susanto, 2022) tidak terdapat pengaruh antara variabel komunikasi terhadap kinerja karyawan.

#### ***Kreativitas Terhadap Kinerja***

Berdasarkan hasil signifikansi diperoleh nilai sebesar 0.000 yang artinya terdapat pengaruh Kreativitas (X<sub>2</sub>) terhadap Kinerja Karyawan (Y), hal ini dapat diartikan bahwa karyawan yang memiliki kreativitas yang tinggi akan dapat mempengaruhi kinerjanya. Kreativitas pada dasarnya adalah kemampuan seseorang untuk mengungkapkan ide atau gagasan untuk membuat atau membuat sesuatu yang baru dan berbeda dengan menggunakan bahan baru atau memadukannya dengan bahan lama untuk menyelesaikan masalah yang ada. Kemampuan ini dikenal sebagai kreatifitas (Kurniawati & Siahaan, 2021). Kemampuan untuk menghasilkan kombinasi kreatif yang memiliki makna sosial dikenal sebagai kreatifitas. Tidak semua yang dihasilkan harus baru, namun, hal tersebut dapat dibuat dengan menggabungkan komponen yang telah ada sebelumnya. Untuk mencapai profitabilitas perusahaan yang tinggi, semua anggota organisasi harus kreatif. Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan kinerja karyawan adalah kreatifitas (Munandar, 2012).

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yaitu Kadek et al., (2023), Susanti et al., (2021) yang menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap kinerja. Selain itu, hal ini juga didukung oleh *insight* yang di *publish* oleh (Boyles, 2022) yaitu kreativitas mempunyai beberapa tujuan. Hal ini tidak hanya memerangi stagnasi tetapi juga memfasilitasi pertumbuhan dan inovasi. Inilah mengapa kreativitas penting dalam bisnis, karena memiliki empat (4) manfaat yaitu *Accompanies Innovation, Increases Productivity, Allows for Adaptability, Fosters for Growth*, dimana dalam *Fosters for Growth* artinya berkaitan dengan perkembangan suatu perusahaan yang diharapkan mampu menafsirkan atau melihat suatu situasi atau tantangan untuk memahami dengan jelas keadaan

yang dihadapi oleh perusahaan, mendorong pemikiran kreatif karyawan sehingga dapat merencanakan tindakan yang akan dilakukan agar perusahaan tidak mengalami stagnasi.

### ***Komunikasi dan Kreativitas Terhadap Kinerja***

Berdasarkan hasil analisis antara variabel Komunikasi (X1), Kreativitas (X2) terhadap Kinerja (Y) diperoleh nilai F hitung sebesar 37.986 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilainya  $< 0,05$ . Dengan demikian model regresi yang digunakan adalah layak dan memenuhi *Goodness of Fit*. Dapat disimpulkan juga bahwa variabel Komunikasi (X1) dan Kreativitas (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja (Y).

### **KESIMPULAN**

Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi dan kreativitas berpengaruh secara simultan terhadap kinerja, khususnya pada kreativitas karyawan dimana kreativitas tetap dimiliki oleh karyawan walaupun masih terdapat ketidaksesuaian penempatan posisi kerja. Hal ini bukan menjadi halangan bagi karyawan untuk kreatif dalam bekerja. Namun masih dapat kita lihat dari hasil diatas bahwa masih terdapat kekurangan dalam hal komunikasi, dimana komunikasi dalam pembahasan ini adalah komunikasi eksternal. Hal ini tentunya menjadi tantangan bagi perusahaan untuk menemukan cara bagaimana agar komunikasi eksternal ini dapat diperbaiki dan dilakukan oleh karyawan untuk mencapai tujuan organisasi.

### **BIBLIOGRAFI**

- Akbar, S. (2018). Analisa Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan. *Jiaganis*, 3(1).
- Astuti, T. P., Sitawati, R., & Tukijan. (2019). *Pengaruh kreativitas dan perilaku inovatif terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi (studi pada Hotel Pandanaran Semarang)*.
- Boyles, M. (2022, January). *The Importance Of Creativity In Business*. Harvard Business School Online.
- Dama, J., & Ogi, I. W. J. (2018). *Pengaruh Inovasi Terhadap Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk. Manado The Influence Of Innovation And Creativity On Employee Performance At Bank Mandiri (Persero) Tbk. Manado*. 6(1), 41–50.
- Erwantiningsih, E. (2019). *Pengaruh motivasi, komunikasi dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan*.
- Hurriyati, R., & Gunarto, M. (2019). *Metode Statistika Bisnis untuk Bidang Ilmu Manajemen dengan Aplikasi Program SPSS* (Anna, Ed.). PT Refika Aditama.

- Kadek, L., Martini, B., Ngurah, A. A. I., Prami, D., Luh, N., Anjeni, G. P., & Prasiani, N. K. (2023). JUIMA: Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh Rekrutmen, Komunikasi Interpersonal, Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Panama Bali Store. *Juima*, 13(1).
- Kalogiannidis, S. (2020). Impact of Effective Business Communication on Employee Performance. *European Journal of Business and Management Research*, 5(6). <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.6.631>
- Khatib, M. M. El, Hammerschmidt, M., & Al Junaibi, M. (2021). Leveraging innovation input for enhancing smart service quality-Cases from Abu Dhabi Emirate. In *Article in International Journal of Management Cases*. <https://www.researchgate.net/publication/353195402>
- Kurniawati, I., & Siahaan, E. (2021). Influence of Creativity, Self Efficacy, And Social Skills Toward Performance of Banking Employees. *Journal Of Management Analytical and Solution (JoMAS)*, 1(2), 80–96.
- Muhammad, & Karollah, B. (2022). Pengaruh kreativitas kerja, motivasi kerja dan komunikasi efektif terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat Simeulue cut Kabupaten Simeulue. *SI-MEN (Akuntansi Dan Manajemen) STIES*, 13(1), 48–56.
- Munandar, U. (2012). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Rhineka Cipta.
- Najati, H. A., & Susanto, A. H. (2022a). Pengaruh komunikasi dan kerjasama tim terhadap kinerja karyawan Inews Jakarta. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi (JURRIE)*, 1(2), 058–079.
- Najati, H. A., & Susanto, A. H. (2022b). Pengaruh Komunikasi Dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan Inews Jakarta. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi (Jurrie)*, 1(2).
- Palupi, W. N. (2022a). Analysis of the effect of communication on employee performance. *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*, 2(01). <https://doi.org/10.19105/mabny.v2i01.5577>
- Palupi, W. N. (2022b). Analysis of the effect of communication on employee performance. *Journal of Sharia Management and Business*, 2(1). <https://doi.org/10.1002/jbmr.5650100614>
- Riono, S. B., Syaifulloh, M., & Utami, S. N. (2020). *Pengaruh komunikasi organisasi, budaya organisasi dan komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai di Rumah Sakit dr. Soeselo Kabupaten Tegal*. 2(4).

Ruslan, R. (2007). *Management of Public Relations and Communication Media: Conception and Application*. RajaGrafindo Persada.

Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat*. UB Press.  
Sujarweni, W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS* (Mona, Ed.). Penerbit Pustaka Baru Press.

Supomo, R., & Nurhayati, E. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (L. Malyani, Ed.). Penerbit Yrama Widya.

Susanti, E. N., Alamin, R., & Ratnasari, S. L. (n.d.). *Effect Of Communication, Training And Creativity On Employee Performance*. 10, 346–362.  
<https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>

Tuffaha, M. (2020). The Determinants of Employee's Performance: A Literature Review. *Journal of Economics and Management Sciences*, 3(3).  
<https://doi.org/10.30560/jems.v3n3p14>

Umam, K. (2018). *Perilaku Organisasi*. Pustaka Setia.

Wibowo. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia Menghadapi Tumbuhnya Generasi Milenial di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0* (Monalisa, Ed.; 1st ed.). PT RajaGrafindo Persada.

Widodo, A. (2022). The External Communication in Organizational Performance at Court Of Justice. *GATR Global Journal of Business Social Sciences Review*, 10(1), 30–37.  
[https://doi.org/10.35609/gjbsr.2022.10.1\(4\)](https://doi.org/10.35609/gjbsr.2022.10.1(4))

Yahya, R. A., & Sukarno, G. (2021). *Analisis Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Industri Sandal Dan Sepatu Di Desa Wedoro Di Era Pandemi Covid-19* (Vol. 10, Issue 2). <https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/sosioedukasi/index>

---

**Copyright Holder:**

Thea Geneveva (2023)

**First publication right:**

[Syntax Idea](#)

**This article is licensed under:**

