

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Komunikasi

Manusia di dunia tidak lepas dari aktivitas komunikasi. Aktivitas komunikasi dapat diamati dalam semua aspek kehidupan sehari-hari seseorang dari pagi hingga malam hari. Komunikasi dari bahasa Inggris yaitu *communication* berawal dari kata Latin *communis* yang berarti sama. Membangun kesatuan atau menciptakan kesatuan makna antara sesama manusia yang memiliki arti sama makna. Komunikasi verbal dan nonverbal dapat terjadi begitu saja jika ada interaksi (Ruliana, 2014).

Komunikasi menurut Carl I.Hovland (Ruliana, 2014) menggambarkan komunikasi sebagai upaya yang konsisten atau sistematis untuk secara tegas mengartikulasikan prinsip-prinsip penyampaian pesan dan pembentukan opini dan sikap. Untuk memahami makna lain dari komunikasi, Harlod D.Laswell dalam karyanya *The Structure and Function of Communication Society* (Ruliana, 2014) mengatakan cara yang baik menjelaskan komunikasi adalah menjawab *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*. Komponen komunikasi, yang secara fungsional berkolerasi dalam paradigma Laswell adalah jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Paradigma Laswell tersebut, komunikasi didefinisikan sebagai proses menciptakan pesan untuk menimbulkan efek melalui suatu media yang penyampaiannya disampaikan oleh komunikator kepada

komunikasikan. Efek menurut Donal K. Robert (Ruliana, 2014) adalah perilaku manusia yang mengalami perubahan setelah diterpa pesan. Steven M Chaffe yang dikutip oleh (Ruliana, 2014) mengatakan terdapat tiga efek yang terjadi setelah individu menerima pesan, yaitu :

1. Efek kognitif adanya perubahan dalam apa yang telah dipahami atau dirasakan dan diketahui oleh orang lain. Transmisi pengetahuan, kepercayaan dan keterampilan sangat berkaitan dengan efek ini.
2. Efek afektif terjadi ketika terdapat suatu perubahan pada apa yang disenangi, dirasakan, atau dibenci khalayak.
3. Efek behavioral mengarah ke perilaku nyata yang dapat dilakukan pengamatan, kebiasaan berperilaku setelah diterpa pesan, dan pola-pola tindakan.

Ada unsur-unsur dalam proses komunikasi dan berkaitan satu sama lain.

Unsur-unsur tersebut yaitu (Ruliana, 2014):

1. Pembicara – Penerima
Pembicara dan penerima adalah satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dan untuk mempertegas bahwa semua yang terlibat dalam komunikasi adalah pembicara sebagai sumber sekaligus penerima yaitu sebagai pendengar.
2. Encoding – Decoding
Encoding dalam ilmu komunikasi tindakan menghasilkan pesan. Tindakan menerima pesan disebut decoding.
3. Kompetensi Komunikasi

Satandar kompetensi komunikasi adalah kemampuan berkomunikasi secara efektif. Ruang lingkup kompetensi mencakup seperti pengetahuan tentang peran lingkungan (konteks) dalam mempengaruhi isi dan bentuk pesan komunikasi.

4. Saluran dan Pesan

Pesan komunikasi disampaikan secara lisan atau tulisan (verbal) maupun kata-kata atau gerak tubuh (nonverbal). Saluran adalah media yang menjadi wadah komunikasi, baik media cetak maupun media elektronik atau secara langsung yaitu tatao muka.

5. Umpan Maju dan Umpan Balik

Umpan balik merupakan informasi yang dikirimkan kembali ke pemberi informasi atau kepada sumbernya. Umpan maju merupakan informasi atau pesan yang akan disampaikan.

6. Gangguan (Noise)

Gangguan atau noise adalah gangguan yang menghalangi sumber dalam mengirim pesan dan menghalangi penerima dalam menerima pesan, secara sederhana adalah gangguan dalam mendistorsi pesan. Perbedaan pesan yang disampaikan dengan pesan yang diterima dalam sebuah sistem komunikasi dapat dikatakan sebuah gangguan. Gangguan seperti gangguan fisik, psikologis dan semantic adalah ciri-ciri dari gangguan ini.

7. Efek Komunikasi

Komunikasi selalu memberikan efek satu atau lebih dampak kepada orang yang terlibat dalam tindak komunikasi. Efek yang ditimbulkan bisa secara kognitif, afektif dan behavioral.

8. Lingkungan

Komunikasi setidaknya memiliki tiga aspek yaitu fisik, sosial-psikologis, dan temporal. Ruang di mana komunikasi berlangsung disebut konteks atau lingkungan yang berarti, lingkungannya nyata atau berwujud. Dimensi kedua, yaitu sosio-psikologis dan dimensi terakhir yaitu temporal, mencakup waktu hari dan waktu dalam sejarah.

Komunikasi sangat erat hubungannya dengan segala bentuk aktivitas manusia dalam sehari-hari. Hal ini tidak terlepas dari pentingnya komunikasi dalam sebuah organisasi. Organisasi berawal dari kata Latin *organizare*, yang secara harfiah berarti gabungan dari bagian-bagian yang saling bergantung satu sama lain. Di kalangan ahlik ada yang menyebutnya kombinasi sistemik dan ada pula yang menyebutnya sarana. Hubungan antara ilmu komunikasi dan organisasi terletak pada pertimbangan yang terarah dari orang-orang yang terlibat dalam pencapaian tujuan organisasi. Ilmu komunikasi menanyakan apa bentuk komunikasi yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang digunakan, sarana apa yang digunakan dan bagaimana prosesnya, apa kendala dalam organisasi dan lingkungan organisasi yang mempengaruhi perkembangan organisasi.

Goldhaber (Ruliana, 2014) mengatakan komunikasi dapat didefinisikan dari pelbagai perspektif seperti yang dikemukakan berikut ini :

1. Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh dan lingkungannya, baik internal (disebut budaya) dan eksternal.
2. Komunikasi organisasi melibatkan pesan dan saluran, tujuan, arah, dan media
3. Komunikasi organisasi melibatkan orang-orang dan sikap mereka, perasaan, hubungan dan keterampilan.
4. Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian Goldhaber tentang komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan bertukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung guna mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau terus berubah (Ruliana, 2014). Dari definisi yang diberikan oleh Goldhaber (Ruliana, 2014) tersebut, mengandung tujuh konsep kunci yaitu :

1. Proses

Organisasi memiliki ciri khas sebagai sistem terbuka yang didalamnya saling menciptakan dan saling menukar informasi diantara anggotanya. Aktivitas menciptakan dan menukar informasi yang berjalan secara terus menerus dan tidak ada hentinya, maka dinamakan sebuah proses.

2. Pesan

Pesan adalah interaksi antara orang-orang yang memiliki susunan penuh simbol makna tentang orang atau benda. Untuk berkomunikasi, seseorang harus mampu mengkomposisikan gambar, memberikan gambaran dan

mengembangkan perasaan terhadapnya. Komunikasi akan efektif jika pesan yang dikirim ditafsirkan dengan cara yang sama seperti yang dimaksudkan pengirim.

3. Jaringan

Organisasi terdiri dari divisi atau departemen, di mana setiap individu memegang posisi atau peran yang spesifik dan berbeda dalam organisasi. Penciptaan dan pertukaran informasi dari orang-orang ini melalui serangkaian jalur yang disebut jaringan komunikasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi sifat dan luas jaringan ini meliputi, hubungan peran, arah dan aliran pesan, sifat urutan aliran pesan, dan isi pesan.

4. Keadaan Saling Tergantung

Hal ini menjadi ciri khas suatu organisasi yang merupakan sistem terbuka. Jika suatu masalah terjadi di satu bagian, maka akan mempengaruhi bagian lain dan mungkin seluruh sistem organisasi.

5. Hubungan

Hubungan dimana sebuah organisasi adalah sistem terbuka yang mempunyai akan banyak kepentingan, maka suatu sistem kehidupan sosial akan berfungsi jika anggota dalam organisasi tersebut dapat berhubungan baik dengan anggota yang lainnya. Hubungan antar manusia dalam suatu organisasi berkisar dari hubungan yang sederhana antara dua orang hingga hubungan yang kompleks, yaitu hubungan dalam kelompok kecil maupun hubungan yang lebih besar dalam suatu organisasi.

6. Lingkungan

Lingkungan merupakan faktor sosial yang diperhatikan oleh orang-orang ketika mengambil keputusan dalam sistem. Lingkungan dibedakan menjadi lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Contoh dari lingkungan internal para staff dan karyawan yang berada di dalam perusahaan. Contoh lingkungan eksternal adalah pelanggan dan konsumen.

7. Ketidakpastian

Ketidakpastian adalah perbedaan antara informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan.

Tujuan komunikasi organisasi adalah terselenggaranya fasilitas dan percepatan kerja organisasi. Menurut Koontz (Ruliana, 2014) dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mempengaruhi tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan perusahaan dan melakukan perubahan. Menurut Liliweri (Ruliana, 2014) diasumsikan bahwa ada empat tujuan komunikasi organisasi, yaitu ekspresi pikiran, pertukaran informasi, ekspresi perasaan atau emosi dan koordinasi. Selain tujuan komunikasi organisasi, ada dua fungsi umum dan khusus komunikasi organisasi menurut Liliweri (Ruliana, 2014) yaitu :

1. Fungsi umum

- a. Komunikasi untuk menyebarkan informasi tentang bagaimana dalam melakukan atau melaksanakan suatu pekerjaan kepada individu atau kelompok sesuai dengan kompetensinya. Contoh : deskripsi pekerjaan
- b. Komunikasi untuk menyampaikan atau menjual ide, gagasan, pendapat dan fakta. Fungsi komunikasi mencakup sikap menjual terhadap

sesuatu yang menjadi subjek jasa dan organisasi. Contoh: public relations, ekspo, dan lain-lain.

- c. Komunikasi untuk pengembangan kapasitas karyawan sehingga karyawan dapat belajar dari pengalaman orang lain tentang bagaimana perasaan, pemikiran dan tindakan orang lain sehubungan dengan apa yang “dijual” atau apa yang dikatakan orang lain tentang organisasi.

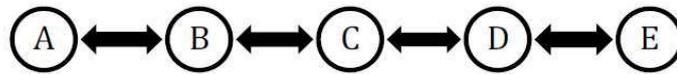
2. Fungsi khusus

- a. Memungkinkan karyawan untuk terlibat menangani masalah organisasi dan kemudian mentransfernya ke tindakan tertentu dibawah naungan perintah atau komando.
- b. Memungkinkan karyawan untuk menciptakan dan memelihara hubungan satu sama lain untuk meningkatkan produksi.
- c. Memungkinkan karyawan untuk membuat dan memproses keputusan dalam suasana ambigu dan tidak pasti.

2.1.2 Pola Jaringan Komunikasi Organisasi

Jaringan komunikasi dalam suatu organisasi adalah proses penyampaian pesan, termasuk arus informasi dan interaksi yang disampaikan secara rinci yang mana ditentukan oleh hierarki resmi organisasi dari yang tertinggi ke yang terendah atau sebaliknya untuk menjalankan fungsi kerjanya. Stephen P. Robbins (Ruliana, 2014) mengatakan bahwa dalam organisasi dikenal lima pola jaringan komunikasi, yaitu :

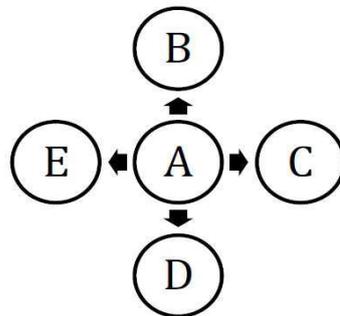
1. Model Rantai



Gambar 2.1 Model Pola Jaringan Rantai
Sumber: Komunikasi Organisasi (Ruliana, 2014)

Model jaringan komunikasi ini memiliki lima tingkatan dalam tingkatan hierarkinya dan hanya dikenal sebagai sistem komunikasi ke atas dan ke bawah yang artinya menganut hubungan baris perintah (garis lurus) ke atas dan ke bawah tanpa ada penyaringan.

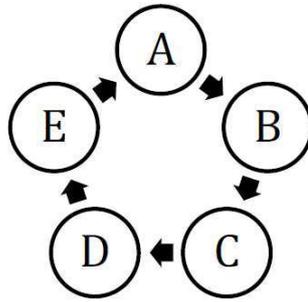
2. Model Roda



Gambar 2.2 Model Pola Jaringan Roda
Sumber: Komunikasi Organisasi (Ruliana, 2014)

Dalam model jaringan ini, semua laporan, instruksi, perintah dan kontrol dipusatkan oleh satu orang yang membawahi empat atau lebih bawahan, dan tidak ada interaksi antar bawahan.

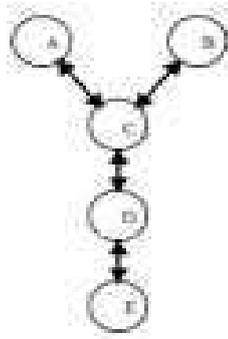
3. Model Lingkaran



Gambar 2.3 Model Pola Jaringan Lingkaran
Sumber: Komunikasi Organisasi (Ruliana, 2014)

Dalam model jaringan komunikasi ini, semua anggota atau karyawan dapat berinteraksi di masing-masing dari tiga tingkat hierarki, tetapi tanpa ada kelanjutan ke tingkat yang lebih tinggi dan hanya di setiap tingkat.

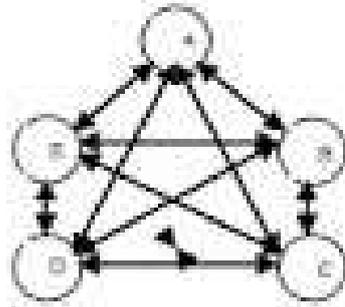
4. Model Huruf Y



Gambar 2.4 Pola Jaringan Y
Sumber: Komunikasi Organisasi (Ruliana, 2014)

Model jaringan ini sedikit berbeda dari model rantai karena ada empat tingkat jaringan hierarki. Satu manager memiliki dua bawahan dan dua atasan yang berada di divisi atau departemen yang berbeda.

5. Model Saluran Bebas atau Bintang



Gambar 2.5 Pola Jaringan Saluran Bebas
Sumber: Komunikasi Organisasi (Ruliana, 2014)

Model jaringan komunikasi ini merupakan evolusi dari model lingkaran, dimana ketiga tingkatan tersebut dapat saling berinteraksi tanpa mempengaruhi siapa yang menjadi figur sentralnya. Semua saluran komunikasi antara tingkat hierarki tidak terbatas dan setiap bawahan bebas berinteraksi dengan pihak yang berbeda atau sebaliknya.

2.1.3 Pandemi Covid-19

Coronavirus atau biasa disebut Covid-19 merupakan salah satu patogen utama yang utamanya menyerang sistem pernafasan manusia (Fuady, Yusnita, & Prasati, 2021). Wabah sebelumnya dari Covid-19 juga termasuk sindrom pernapasan akut parah yaitu SARS. Wabah penyakit Covid-19 ini berawal dari suatu daerah yang bernama Wuhan di China. Virus ini telah menyebar sangat cepat ke seluruh dunia setelah berhasil diidentifikasi karena efeknya yang begitu cepat menular dan mematikan. Wabah yang bermula pada Desember 2019 ini sudah menelan banyak korban jiwa di seluruh dunia.

Di Indonesia, keadaan penyebaran virus Covid-19 telah menimbulkan kekhawatiran di seluruh lapisan masyarakat. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk mencegah penularan adalah PSBB dan protokol kesehatan yang harus dipatuhi oleh seluruh masyarakat di Indonesia. Penyebaran penyakit Covid-19 telah menjadi tak terbendung dan telah mencapai kriteria epidemiologi yang diperlukan untuk menyatakan pandemi, menginfeksi lebih dari 100.000 orang di 100 negara. Respons global yang terkoordinasi sangat dibutuhkan untuk mempersiapkan sistem kesehatan untuk menghadapi tantangan yang belum pernah terjadi sebelumnya.

Banyaknya upaya intervensi yang dilakukan untuk pencegahan penyebaran Covid-19 diantaranya adalah kebijakan PSBB di beberapa kota yang terpapar, sosialisasi tentang physical distancing, dan penerapan protokol Kesehatan seperti pemakaian handsanitizer dan mencuci tangan, memakai masker dan menjaga jarak (Fuady et al., 2021).

2.2 Penelitian Terdahulu

2.2.1 Suzy Azeharie (2015). Pola Komunikasi Antara Pedagang dan Pembeli di Desa Pare Kampung Inggris Kediri. Jurnal Komunikasi. Vol.7 No.2 ISSN 2085-1979.

Suzy Azeharie mengangkat judul “Pola Komunikasi Antara Pedagang dan Pembeli di Desa Pare Kampung Inggris Kediri”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pola komunikasi yang terjadi antara siswa dengan guru, pembeli dan pedagang serta komunitas

masyarakat di desa Pare berlangsung secara tatap muka atau primer dengan menggunakan bahasa Inggris sebagai komunikasi. Basic English Course atau yang biasa disingkat dengan BEC dapat membawa pengaruh yang positif dalam kehidupan masyarakat di desa Pare. Beberapa perubahan yang terjadi adalah berubahnya mata pencaharian penduduk desa yang sebelumnya mayoritas adalah sebagai petani, setelah adanya BEC mayoritas penduduk menjadi pemilik kursus bahasa Inggris, membuka sewa tempat tinggal atau kos dan membuka tempat makan dan minum di desa Pare (Azeharie, 2016).

2.2.2 Ditha Prasanti (2017). Pola Komunikasi Figur Perempuan Dalam Kepemimpinan Pendidikan Islam. Jurnal Komunikasi Global. Vol.6 No.2 ISSN 2614-7998

Ditha Prasanti mengangkat judul “Pola Komunikasi Figur Perempuan Dalam Kepemimpinan Pendidikan Islam”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi kepemimpinan pendidikan Islam dalam figur perempuan dalam sebuah lembaga tersebut memiliki ciri khas tertentu yang berbeda dengan lembaga yang lain. Pola komunikasi verbal yang terjadi antara kepala sekolah dan sekretaris adalah menggunakan komunikasi verbal untuk menerapkan nilai-nilai Islam. Adapun pola komunikasi non verbal yang dilakukan oleh kepala sekolah yaitu melalui konsep salam, senyum, sapa dan sopan santun yang menjadi budaya dalam lembaga pendidikan Islam tersebut (Prasanti, 2017).

2.2.3 Cut Nadya Nanda B dkk (2018). Pola Komunikasi Virtual Grup

Percakapan Komunitas Hamurinspiring Di Media Sosial Line. Jurnal Manajemen Komunikasi. Vol.3 No.1 ISSN 2548-3242

Cut Nadya Nanda B dan Rita Destiwati mengangkat judul “ Pola Komunikasi Virtual Grup Percakapan Komunitas Hamurinspiring di Media Sosial Line. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan etnografi virtual. Hasil penelitian memperoleh bahwa mayoritas latar belakang keluarga anggota komunitas HAMUR berasal dari keluarga tidak harmonis atau broken home. Saat berkomunikasi, komunitas HAMUR tidak memiliki sebuah aturan khusus secara tertulis untuk mengatur anggotanya dalam berkomunikasi. Aspek-aspek tersebut berhubungan dengan pola komunikasi semua arah dimana setiap anggota dapat bebas melakukan komunikasi dengan anggota lainnya (Briliana & Destiwati, 2019).

2.2.4 Dwi Putra Septiyana (2013). Pola Komunikasi Siswa Dan Pengajar Dalam Belajar Fotografi. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol.11 No.3 ISSN 2407-8220

Dwi Putra Septiyana mengangkat judul “Pola Komunikasi Siswa Dan Pengajar Dalam Belajar Fotografi”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang berfokus pada suasana ilmiah dan pengamatan. Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyimpulkan bahwa terdapat tiga pola komunikasi yang terjadi antara siswa dan guru, yaitu : pola komunikasi interpersonal, pola komunikasi kelompok kecil dan pola komunikasi kelompok besar (Septiyana, 2020).

2.2.5 Hestutyani Putri Sholica dkk (2015). Pola Komunikasi Antara Guru Dan

Murid Dalam Menyampaikan Pendidikan Seks Bagi Anak Usia Dini. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.13 No.3 ISSN 2407-8220

Hestutyani Putri Solicha, Siti Fatonah dan Muhammad Edy Susilo mengangkat judul “Pola Komunikasi Antara Guru Dan Murid Dalam Menyampaikan Pendidikan Seks Bagi Anak Usia Dini”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana metode ini menitikberatkan pada observasi. Dari hasil penelitian diketahui bahwa pola komunikasi yang terbentuk saat pembelajaran materi pendidikan seksual antara guru dan murid siswa di TK Puspia Bima I adalah pola komunikasi kelompok, hal ini dilakukan pada saat guru memberikan penjelasan materi didalam kelas. Selain itu adapun pola komunikasi interpersonal yang terjadi saat kegiatan toilet training yang sifatnya sangat pribadi, penyampaian materi yang dilakukan oleh guru dan siswa berlangsung secara dua arah tujuannya adalah untuk mendapatkan umpan balik dari siswa berupa pertanyaan atau jawaban yang diucapkan (Sholicha, Fatonah, & Susilo, 2015).

2.2.6 Aprilia Dwi Utami (2013). Pola Komunikasi Dan Interaksi Kaum Gay Dalam Masyarakat. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.11 No.3 ISSN 2407-8220

Aprilia Dwi Utami mengangkat judul “Pola Komunikasi Dan Interaksi Kaum Gay Dalam Masyarakat”. Penelitian ini menerapkan studi khusus deskriptif kualitatif dengan informasi yang didapatkan melalui pengamatan dan wawancara. Berdasarkan hasil penelitian penulis menyimpulkan bahwa terdapat dua kelompok dalam kalangan gay, kedua kelompok tersebut diantaranya kelompok terbuka dan tertutup. Gay dengan kelompok terbuka lebih mudah dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitar dibandingkan dengan kelompok gay tertutup. Saat berinteraksi

komunitas gay di Kota Yogyakarta tidak bisa secara langsung serta masuk kedalam sebuah ruang pembicaraan. Hal ini disebabkan oleh stigma dari masyarakat yang masih memandang gay adalah seseorang yang mempunyai kelainan seksual. Pro dan kontra yang terjadi didalam masyarakat membuat kelompok gay menjadi semakin sulit untuk berinteraksi dengan masyarakat. Adapun saat kelompok gay berinteraksi dengan kelompok gay lainnya, mereka bisa bersikap tenang dan menjalankan norma-norma yang ada dan mengikuti aturan yang ada di masyarakat (Utami, 2013).

2.2.7 Vered Holzman (2020). The Impact Of Covid-19 On Organizational Culture, Communication And Conflict Management. Jurnal of Organizational Culture, Communication and Conflicts Allied Bussines Academies . Vol.24 Issue 2 ISSN 1939-4691

Vered Holzman mengangkat judul “The Impact Of Covid-19 On Organizational Culture, Communication And Conflict Management”. Penelitian ini dilakukan dengan metodologi kualitatif. Hasil dari penelitian yaitu pada manajemen resiko organisasi perlu memastikan kelangsungan bisnis dalam lingkungan yang dinamis, yang melibatkan kepercayaan yang berkelanjutan komunikasi baik di dalam organisasi maupun dengan mitra eksternal. Kedua pada masalah komunikasi virtual, komunikasi virtual tidak hanya membawa tantangan pada teknologi tetapi juga tantangan interpersonal dan interpretasi. Studi baru tentang cara berkomunikasi secara efektif dengan beragam pemangku kepentingan di arena virtual adalah hal yang sangat hebat. Ketiga, topik budaya organisasi. Seperti banyak karyawan bekerja jarak jauh dari rumah, dan ada perkiraan bahwa itu akan

meningkat tren di tahun-tahun berikutnya, organisasi harus mendefinisikan kembali atau menyesuaikan budaya mereka (Gupta, 2020).

2.2.8 Mitashree Tripathy (2018). Role Of Creative Thinking As An Imperative Tool In Communication At Workplace. Jurnal of Organizational Culture, Communication and Conflicts Allied Bussines Academies. Vol.22 Issue 2 ISSN 1939-4691

Mitashree Tripathy mengangkat judul “Role Of Creative Thinking As An Imperative Tool In Communication At Workplace”. Hasil dari penelitian menunjukkan berpikir kreatif adalah seni, seni yang substansial dan tidak masuk akal dan itu adalah proses dinamis untuk menghasilkan pengetahuan dan penundukan kognitif. Berpikir, mengorganisasikan, membingkai dan membentuk adalah konseptualisasi berpikir kreatif yang sama pentingnya dengan mempertimbangkan dan memahami prosesnya. Saat ini, tempat kerja menuntut karyawan untuk mengembangkan atribut mereka untuk mengemas kilasan kreativitas yang produktif di kurungan proses berpikir mereka. Mengecualikan kemungkinan sebagai bukan pilihan, melainkan berusaha untuk memperluas atau mengembangkannya adalah apa yang terstruktur dengan imajinasi dan dari mana pemikiran kreatif berasal. Proses berpikir tidak berbeda dengan berpikir kreatif. Kemampuan berpikir kreatif adalah pertanda suasana bisnis yang sukses dan indikasi pencapaian tujuan hidup. Namun, proses berpikir kreatif tidak berhenti melainkan terus tumbuh secara dinamis membuat koneksi dan mengurangi ambiguitas dalam tahapan yang tak terhitung banyaknya yang ditemui karyawan setiap hari di tempat kerja. Di tempat kerja, pelatihan khusus tentang pemikiran

kreatif harus dilakukan agar berhasil. Lingkup untuk penelitian lebih lanjut dapat ditetapkan pada pemikiran kritis dan komunikasi. Makalah ini bermanfaat dan bermanfaat bagi akademisi manajemen, peneliti, dan karyawan di tempat kerja yang ingin belajar dan menggali lebih dalam tentang pemikiran kreatif (Tripathy, 2018).

2.3 Kerangka Konseptual

