

PERAN KOMUNIKASI DAN BUDAYA ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KREATIVITAS KARYAWAN VINDES CORP

THE ROLE OF COMMUNICATION AND ORGANIZATIONAL CULTURE IN ENHANCING THE CREATIVITY OF VINDES CORP EMPLOYEES

Melyani Filtania^{1*}, Wira Adiguna²

^{1,2}Magister Studi Komunikasi Korporat Fakultas Falsafah dan Peradaban Universitas Paramadina Jakarta

*Korespondensi: melyani.filtania@students.paramadina.ac.id

(Diterima oleh Dewan Redaksi: 13-05-2023)

(Ditelaah oleh Dewan Redaksi: 29-05-2023)

(Dipublikasikan oleh Dewan Redaksi: 29-09-2023)

ABSTRACT

Organizational communication is understood as a network designed with systems and processes that transfer information from one person/group to another to achieve organizational goals. A poor communication system can hinder performance by impeding the smooth flow of information regarding work. Poor communication can lead to conflict within the organization. The number of startups that are starting to develop today in Indonesia have communication and organizational culture that will certainly affect the creativity of their employees. The purpose of this study is to analyze the role of communication and organizational culture in enhancing the creativity of Vindes Corp. This research uses descriptive qualitative research methodology by analyzing articles on Vindes Corp's online media and social media. The results of this study found that in the role of organizational communication it is important to choose the media that the communicator uses to convey his message. While organizational culture prioritizes innovation and creativity among its members. Organizational culture provides flexibility for its members to develop their potential in line with the values and norms that apply in the organization. The combination of organizational culture and organizational communication creates a sense of member involvement in maintaining the continuity of the organization.

Keywords: Creativity; Organizational; communication; Organizational culture; Vindes corp.

ABSTRAK

Komunikasi organisasi dipahami sebagai jaringan yang dirancang dengan sistem dan proses yang mentransfer informasi dari satu orang/kelompok ke orang lain untuk mencapai tujuan organisasi. Sistem komunikasi yang buruk dapat menghambat kinerja dengan menghambat kelancaran arus informasi mengenai pekerjaan. Komunikasi yang buruk dapat menimbulkan konflik dalam organisasi. Banyaknya perusahaan rintisan atau *startup* yang mulai berkembang saat ini di Indonesia memiliki komunikasi dan budaya organisasi yang pastinya akan berpengaruh terhadap kreativitas karyawannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran komunikasi dan budaya organisasi dalam meningkatkan kreativitas Vindes Corp. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif dengan menganalisis artikel di media online dan media sosial Vindes

Corp. Hasil dari penelitian ini diketahui dalam peran komunikasi organisasi penting untuk memilih media yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya. Sedangkan budaya organisasi mengutamakan inovasi dan kreativitas di antara anggotanya. Budaya organisasi memberikan keleluasaan bagi anggotanya untuk mengembangkan potensi yang ada sejalan dengan nilai dan norma yang berlaku dalam organisasi. Perpaduan antara budaya organisasi dan komunikasi organisasi menimbulkan rasa keterlibatan anggota dalam menjaga kelangsungan organisasi.

Keywords: Komunikasi Organisasi; Budaya Organisasi; Kreativitas; Vindes Corp.

Melyani Filtania, Wira Adiguna, 2023. Peran Budaya Organisasi Vindes Corp Dalam Meningkatkan Kreatifitas Karyawan

PENDAHULUAN

Bagi suatu organisasi atau instansi komunikasi, organisasi dinilai sangat penting. Komunikasi organisasi yang baik akan melancarkan segala kegiatan dalam organisasi dan begitu juga sebaliknya. Keberhasilan suatu perusahaan mencapai tujuan dipengaruhi adanya budaya organisasi perusahaan tersebut. Budaya organisasi yang baik adalah suatu elemen penting yang membuat setiap anggota organisasi mampu menjadi manusia yang produktif, kreatif, antusias terhadap pekerjaannya, serta mampu membawa perubahan dengan inovasi yang unik pada organisasi (Wahjono, 2022).

Sistem komunikasi yang buruk dapat menghambat kinerja dengan menghambat kelancaran arus informasi mengenai pekerjaan. Komunikasi yang buruk juga dapat menimbulkan konflik dalam organisasi karena kurangnya saling pengertian dan pemahaman bersama yang menyebabkan hubungan antarpribadi menjadi sangat kaku dalam organisasi. Faktanya, kurangnya komunikasi dalam suatu organisasi seringkali menimbulkan miskomunikasi (kesalahpahaman) yang berujung pada perselisihan.

Budaya perusahaan juga dapat mempengaruhi kreativitas karyawan. Budaya dalam organisasi merupakan suatu kebiasaan yang terbentuk dalam perilaku sehari-hari. Nilai-nilai budaya organisasi seperti dikemukakan oleh Kartasasmita dalam Amaludin (2020) bahwa penataan

organisasi dan fungsi-fungsinya sangat penting yang sulit untuk dilakukan yaitu pembaharuan pada sisi nilai-nilai yang membentuk manusia birokrat. Dapat disimpulkan, bahwa budaya organisasi baiknya lebih diutamakan dibanding pembaharuan yang hanya bersifat struktural karena dengan adanya budaya organisasi akan menghasilkan satu kesatuan pandangan dalam organisasi yang dapat dirasakan manfaatnya oleh seluruh anggota organisasi.

Schein dalam Wirotama (2017), membagi budaya organisasi ke dalam 3 level; pertama, level *visible* atau terlihat yaitu dimensi budaya seperti: jargon perusahaan, mars atau lagu identitas perusahaan, desain kantor, seragam sehari-hari, dan sebagainya. Kedua, level *invisible* yaitu tidak terlihat. Dimensi ini ditandai dengan gaya berkomunikasi, peraturan-peraturan tidak tertulis, kebiasaan maupun peraturan tertulis yang mengatur seputar etika dan sikap kerja karyawan. Ketiga, level *subconscious* atau di bawah kesadaran. Dimensi ini tidak disadari oleh si pemilik budaya dikarenakan sudah menjadi pola pikir tanpa perlu dipertanyakan.

Seiring dengan berkembangnya dunia digital, saat ini banyak muncul perusahaan rintisan (*startup*) yang bergerak di bidang digital. Dengan memanfaatkan *platform* digital yang banyak tersedia seperti Youtube, banyak perusahaan rintisan hadir dari pemilik akun youtube atau dikenal dengan "*youtuber*" untuk mengelola bisnisnya secara

profesional. Perusahaan rintisan ini pun memiliki struktur dan organisasi yang jelas dan legal secara hukum dan telah berkembang bukan hanya bergerak di youtube tetapi juga dalam ranah bisnis lain yang dibawahinya.

Kreativitas secara umum didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyajikan perspektif dan ide baru. Dengan menggunakan beragam kemampuan, pengetahuan, keterampilan, pandangan dan pengalaman untuk menghasilkan ide baru maka kreativitas dapat terlaksana. Jantung kelangsungan hidup jangka panjang suatu organisasi ada pada kreativitas karyawan.

Menurut Suryana *dalam* Indrajita et. al. (2021), rasa ingin tahu, optimisme, fleksibilitas, pemecahan masalah, orisinalitas dan imajinasi merupakan indikator kreativitas.

Upaya meningkatkan kreativitas karyawan merupakan salah satu faktor kunci bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaannya. Ada beberapa faktor yang meningkatkan kreativitas karyawan, antara lain gaji, lingkungan kerja, dan peluang kinerja.

Vindes Corp sebagai perusahaan media digital yang menargetkan anak muda sebagai penikmatnya. Tentunya memiliki gaya tersendiri dalam menerapkan budaya organisasinya. Hal ini terlihat jelas dari beberapa tayangan di *video youtube* mereka, yang memperlihatkan di balik layar bagaimana komunikasi yang berjalan di perusahaannya, di mana tidak ada batasan antara Vincent dan Desta sebagai pimpinan perusahaan dengan karyawannya yang terjalin secara informal. Selain itu, Vincent dan Desta menyebut karyawan mereka dengan sebutan "SaKer" singkatan dari Satuan Kerja, di mana mereka menganggap bahwa mereka semua adalah satu kesatuan yang tidak dibatasi oleh jabatan ataupun posisi kerja, tapi saling membantu antar lini kerja sehingga tercipta iklim kerja yang lebih adaptif dan fleksibel. Selain itu, dalam beberapa kesempatan Vincent dan Desta selalu menekankan kepada "SaKer" untuk menjadikan Vindes Corps sebagai arena

bermain, belajar dan berkarya bersama serta tidak takut untuk membuat kesalahan atau mengutarakan aspirasinya dalam bekerja. Sehingga hal ini menciptakan budaya kerja yang positif dan juga menyenangkan.

Berdasarkan pemaparan di atas menarik bagi penulis untuk menganalisa lebih dalam mengenai rumusan masalah budaya organisasi yang dimiliki Vindes Corp dengan judul "bagaimana peran komunikasi dan budaya organisasi dalam meningkatkan kreativitas karyawan vindes corp?"

METODE

Metode penelitian yang penulis pilih yaitu pendekatan kualitatif deskriptif dengan menganalisis artikel tentang Vindes Corp pada media online dan juga media sosial. Pencarian artikel dilakukan menggunakan kata kunci tertentu melalui media *online* dan media sosial resmi Vindes Corps.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi organisasi dipahami sebagai jaringan yang dirancang dengan sistem dan proses yang mentransfer informasi dari satu orang/kelompok ke orang lain untuk mencapai tujuan organisasi. Jaringan komunikasi adalah pola hubungan formal.

Menurut Sendjaja *dalam* Asri (2022), terdapat empat fungsi komunikasi organisasi:

1. Fungsi Informasi: untuk mengarahkan suatu organisasi dengan baik, pemimpin organisasi memerlukan informasi yang akurat, tepat waktu dan benar dari berbagai sumber.
2. Fungsi Regulasi: mengacu pada peraturan atau ketentuan yang ditetapkan oleh suatu organisasi. Selanjutnya aturan ini harus dipatuhi oleh seluruh anggota dan pengurus organisasi.
3. Fungsi persuasi: ditujukan untuk mempengaruhi keyakinan, sikap, atau perilaku seseorang untuk bertindak sesuai dengan harapan seorang

komunikator, dalam hal ini pemimpin suatu organisasi.

4. Kemampuan Komprehensif: organisasi berupaya menyediakan saluran yang memungkinkan setiap orang memenuhi tanggung jawabnya dan melakukan pekerjaannya dengan baik.

Berdasarkan hasil penelitian, VinDes Corps mengarahkan perusahaan dengan sangat baik, hal ini terbukti dengan sistem kerja mereka yang sangat rapi dan terstruktur. Selain itu, aturan-aturan yang ditetapkan di VinDes Corp sangat menarik dan membuat SaKer nyaman dengan lingkungan perusahaan.

Sesuai dengan fungsi persuasi, seluruh SaKer dapat bertindak dan mewujudkan ekspektasi yang disampaikan oleh Vincent dan Desta. SaKer dapat melaksanakan program dan event sesuai dengan yang disusun dan dibayangkan oleh Duo Vindes. Sedangkan terkait kemampuan komprehensif, VinDes Corps menyediakan saluran komunikasi selain telepon, *group telegram* maupun *whatsapp*, tetapi juga memanfaatkan teknologi digital seperti *cloud*, *googledoc*, dan teknologi AI lainnya.

Di setiap *event*, Saker difasilitasi alat komunikasi berupa radio panggil yang dapat mempermudah komunikasi antar divisi dan antar Saker. Hal ini untuk mengurangi risiko salah persepsi dan memperburuk komunikasi. Pada saat *event* dan *shooting* program, komunikasi yang cepat, valid dan akurat tentunya menjadi kunci utama.

Budaya organisasi selalu dikaitkan dengan aturan dalam berbagai kegiatan dan pekerjaan yang disepakati pada suatu organisasi atau instansi. Hal ini bertujuan menjaga ketertiban karyawan, cara bekerjasama, cara berfikir, dan cara berinteraksi karyawan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh organisasi. Kinerja karyawan yang baik tidak akan terlepas dari budaya organisasi yang baik pula, karena budaya organisasi sangat berperan dalam keberhasilan perusahaan.

Menurut Mudo (2015), perusahaan rintisan atau *startup* didominasi oleh perusahaan yang belum lama berdiri yang sedang dalam masa penelitian dan pengembangan untuk mencari pasar yang tepat. Perusahaan rintisan pada umumnya memiliki hubungan dengan internet, teknologi, dan *website*.

Komunikasi organisasi melalui budaya organisasi meneliti anggota organisasi dalam menggunakan berbagai simbol, pandangan, cerita, ritual dan kegiatan lainnya. Menurut Morrison (2020), budaya organisasi mencakup aspek yang sangat luas yang menyentuh seluruh aspek kehidupan suatu organisasi.

Berdasarkan studi kepustakaan penelitian terdahulu Munandar *et. al.* (2020), menurut Stoner dan Gilbert, "Pada dasarnya, komunikasi organisasi dapat diterapkan pada organisasi untuk memandu dan memberi contoh bagi orang-orang di dalam perusahaan, sehingga membuat perusahaan lebih terorganisir." Sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, segi cara kerja karyawan maupun dari segi kreativitasnya dalam menciptakan inovasi-inovasi baru, dengan kemampuan karyawan dan pengetahuan karyawan yang sangat luas. Berbagai sumber daya manusia dalam suatu perusahaan saling bekerja sama untuk menghasilkan kinerja yang baik bagi perusahaan atau organisasi itu sendiri.

Oleh karena itu, komunikasi dan budaya organisasi merupakan faktor yang sangat penting dalam keberhasilan mencapai tujuan yang ingin dicapai perusahaan secara internal. Dalam sebuah organisasi, peran komunikasi dan budaya organisasi secara efektif mengimplementasikan budaya organisasi. Jika tertata dengan baik dan tertib, maka secara tidak langsung seluruh karyawan yang tergabung dalam perusahaan akan menerapkan atau mentaati peraturan-peraturan yang ada di perusahaan tersebut, dan sejak peraturan tersebut ditetapkan maka akan menunjukkan sikap yang lebih disiplin terhadap cara kerjanya.

VINDES Saker

Jika dilihat dari budaya kerja yang dilakukan oleh Vindes Corp, hal ini dapat menunjukkan bagaimana budaya organisasi yang telah terbangun disana. Sebagai *entertainer*, Vincent dan Desta telah menyelaraskan karyawan mereka dengan budaya perusahaan dan latar belakang profesional mereka sebagai komedian. Menurut Wahjono (2022), pendiri adalah sumber utama budaya organisasi. Proses pembentukan budaya organisasi berlangsung melalui tiga cara: (1) pendiri mempekerjakan dan mempertahankan karyawan yang berpikir dan merasakan dengan cara yang terprogram, (2) mengindoktrinasi mereka dengan cara berpikir mereka sendiri, (3) model di mana perilaku pendiri berfungsi sebagai peran. Hal ini dimaksudkan untuk mendorong karyawan berempati dengan diri mereka sendiri. Ketika sebuah organisasi berhasil, visi pendiri dipandang sebagai faktor kunci keberhasilan perusahaan atau organisasi.

Vincent Rompies maupun Desta dikenal *introvert* sehingga mereka menyatakan diri mereka susah akrab dengan orang baru. Hal itu terbukti ketika mereka merekrut orang-orang yang bekerja di VINDES Corp berasal dari kenalan mereka sebelumnya. Budaya organisasi yang diterapkan oleh Vincent dan Desta terhadap Saker juga identik dengan kebiasaan dan pola pikir Vincent dan Desta. Saker tidak merasa keberatan dan sangat menikmati budaya organisasi yang telah terbentuk tersebut.



Gambar 1. VINDES Saker
Sumber : vindes.id

Setiap kegiatan, acara dan momen VINDES Saker ditayangkan diberbagai kanal media sosial VINDES. Seperti di YouTube VINDES dengan judul konten "*Di Balik Behind*" yang merupakan video rangkuman aktivitas Saker saat pembuatan konten dan acara yang mereka selenggarakan. Sedangkan dikanal Twitter, Instagram dan LinkedIn, berbagai foto, video dan keterangan yang menceritakan keseruan mereka juga ditayangkan. Hal ini membuat khalayak menjadi tahu bagaimana keseruan dan kekompakan dari perusahaan yang baru berusia 2 tahun ini.

Saker pun akan semakin merasa bangga mejadi bagian dari VINDES Corps karena segala usaha dan kinerja mereka dalam organisasi diapresiasi dan dimunculkan. Hal ini menjadi salah satu budaya organisasi yang sangat jarang terjadi di perusahaan formal lainnya.

Logo

Logo VINDES Corp menjadi salah satu elemen *visible* yang memiliki keunikan tersendiri. Mengutip dari laman vindes.id (2021) logogram VINDES berbentuk sebuah es krim yang mengandung huruf V dan D. Es krim yang dingin, manis, beraneka rasa, lembut di atas, garing di bawah, dan disukai semua orang. Dengan harapan, semua konten Vindes disukai dan dinikmati semua kalangan. Sedangkan V dan D merupakan inisial dari nama Vincent dan Desta sebagai pemilik perusahaan media digital ini.

Selain itu, pada *logotype* VINDES jika huruf V dan D dihilangkan kemudian dibalik akan mengandung kata SENI. Hal ini sesuai dengan visi misi dari Vindes Corp sendiri yang artsy. Logo ini menjadi kebanggaan karyawan dengan keunikan dan filosofi dari logo perusahaan mereka.



Gambar 2. Logo VINDES Corps
Sumber : vindes.id

Aturan Seragam

Berdasarkan elemen *visible* budaya organisasi terdapat aturan berpakaian atau seragam, begitu juga pada VINDES Corp yang memiliki aturan seragam dalam 5 hari kerja. Aturan seragam mereka diumumkan melalui *flyer* yang ditempel di kantor Vindes dan juga media sosial mereka seperti di twitter @vindestwitt ini.

Banyak warganet yang berpendapat bahwa dengan adanya aturan ini membuat warganet tertarik untuk bergabung dengan Vindes Corp. Hal ini menjadi sangat menarik karena aturan berpakaian yang diterapkan memiliki perbedaan dari perusahaan media digital lainnya.

Berdasarkan gambar, dapat diketahui bahwa SaKer diberikan kebebasan menjadi diri mereka sendiri pada hari Selasa dan Kamis. Tidak hanya itu, tanpa melupakan nasionalisme dan untuk pembuktian cinta pada produk dalam negeri, SaKer pun dijadwalkan pada setiap hari Jumat untuk tampil dengan batik nusantara. Aturan berpakaian yang sangat menarik ini tentunya membebaskan SaKer untuk berkreaitivitas menikmati lingkungan kerja yang menyenangkan.



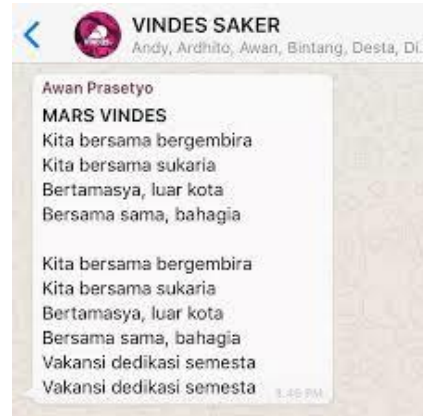
Gambar 3. Aturan Berpakaian di Vindes Corp
Sumber : twitter @vindestwitt

Mars VINDES Corps

VINDES Corps juga memiliki lagu identitas perusahaan mereka yang dikenal dengan

MARS VINDES sebagai salah satu dimensi *visible* pada budaya organisasi. Mars ini memiliki lirik yang sesuai dengan identitas VINDES Corps yang bekerja sambari bergembira.

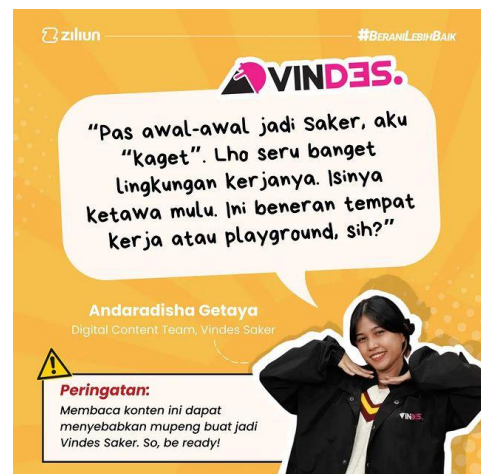
Di beberapa kesempatan acara, mars ini sempat dinyanyikan oleh Vindes Saker. Sebagai penyemangat saat mereka bertugas dan bertanding *sportainment*.



Gambar 4. Mars Vindes Corp
Sumber : twitter @vindestwitt

Tagline 'Bekerja penuh canda tapi hasil luar biasa'

Tagline merupakan salah satu elemen *visible* pada budaya organisasi yang dimiliki oleh VINDES Corps. Mengutip dari Azlen (2022), VINDES dikenal dengan *tagline* 'Bekerja penuh canda tapi hasil luar biasa' menjadi strategi yang ampuh agar VINDES Saker merasa nyaman bekerja di perusahaan yang baru berjalan sejak tahun 2021 tersebut.



Gambar 5. Pendapat VINDES Saker

Sumber : Instagram @vindes.ig

Kantor yang santai

VINDES Corps memiliki kantor yang konsepnya tidak jauh berbeda dari konsep kantor media digital saat ini. Kantor dilengkapi dengan berbagai permainan, alat olahraga seperti meja tenis dan meja billiard, *pantry* yang menyediakan makanan dan minuman yang bebas mereka konsumsi. Pada dinding kantor juga dipajang hasil lukisan Desta atau seniman lainnya. Kantor dan studio mereka sesuai dengan konsep mereka yang *Artsy* dan *anak nongkrong*.

Gaya Komunikasi

Berdasarkan elemen *invisible*, ditandai dengan gaya bicara atau berkomunikasi didalam organisasi. VINDES Corps memiliki gaya bahasa atau gaya bicara informal atau santai antara atasan ke bawahan. Begitu juga sebaliknya. Tapi tetap dengan sapaan dan etika yang sewajarnya.

Gaya komunikasi ini memberikan pandangan masyarakat bahwa Vincent maupun Desta menjadi pimpinan yang menyenangkan dan dapat berbaaur dengan Saker.



Gambar 6. Salah satu chat group VINDES Saker
Sumber : twitter @vindestwitt

Gaya bahasa yang santai ini membuat VINDES Saker merasa nyaman menjadi bagian dari keluarga besar VINDES Corps. Cara pimpinan dalam menegur para Saker yang berbuat kesalahan juga sangat santai dan memperbaiki kesalahan bersama-sama. Seperti yang dikutip dari *Content Producer* VINDES Corps Putri Wirandini di laman LinkedIn VINDES Corps

yaitu “kantor yang minta karyawannya untuk terus bikin kesalahan supaya bisa terus belajar setiap harinya. Kalau Pak Wishnutama mintanya Zero Mistake, kalau Vindes ‘*Let’s Make Mistake Together!*”

Komunitas Vindes VDKaTe

Pada 5 Maret 2023 lalu VINDES mengadakan ‘Meresmilah VDKaTe’. Sebuah acara peresmian untuk komunitas Vindes yang bernama VDKaTe (Vivin Dedes Kalian Terbaik) yang mengundang Vivin & Dedes (sebutan untuk penggemar Vincent Desta) dari 10 kota yaitu Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Serang, Bandung, Semarang, Jogja, dan Solo. Peresmian ini diselenggarakan sekaligus dengan *Exhibition Match* Pingpong antara Desta, Ariel Noah, Dikta, dan Andre Taulany. VDKATE merupakan komunitas Vivin Dedes sebagai wadah untuk berkumpulnya para penggemar. Tujuan dibentuknya VDKaTe adalah untuk mengenal lebih dekat dengan Vivin Dedes khususnya yang memiliki hobi sama di bidang seni, fashion dan olahraga.

Tentunya ini menjadi salah satu budaya baru dalam suatu organisasi di mana organisasi memiliki komunitas penggemar. Vivin Dedes tak hanya menjadi penggemar dari Vincent dan Desta, tetapi juga menjadi penggemar para Saker. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengikut yang dimiliki para Saker di media sosial mereka dan di setiap postingan konten acara Vindes selalu saja ada komentar terkait Saker.

Menurut Kusdi (2011), budaya organisasi memiliki ciri-ciri tertentu yang mengarah pada kinerja organisasi yang lebih baik secara keseluruhan. Fungsi budaya organisasi adalah untuk membedakan satu organisasi dengan organisasi lainnya, memberikan identitas kepada anggota organisasi, dan memfasilitasi munculnya keterikatan organisasi di antara anggota. Budaya organisasi VINDES Corp adalah fitur yang berbeda dari media digital/Youtuber lainnya.

Berdasarkan uraian elemen-elemen budaya di atas, dapat diketahui segala elemen tersebut telah menjadi pengikat organisasi. Diharapkan budaya yang kuat tersebut dapat memperkuat organisasi untuk menghadapi berbagai hambatan yang kemungkinan akan datang suatu saat nanti. Logo yang menjadi identitas juga telah memenuhi fungsi budaya organisasi VINDES Corps. Semangat yang dimiliki VINDES Saker pada setiap momen yang mereka bagikan juga memenuhi fungsi energi untuk mencapai kinerja yang tinggi. Selain itu, ciri kualitas pun terlihat dari setiap konten dan kreativitas dari VINDES Saker, gaya kepemimpinan Vincent dan Desta juga menjadi pedoman dan memotivasi VINDES Saker dalam meningkatkan kreativitas mereka. Segala fungsi budaya organisasi yang tercapai meningkat nilai dari para *stakeholder* yang dimiliki oleh VINDES.

Kreativitas Karyawan VINDES Corps

VINDES dikenal dengan Saker-nya yang kreatif dan *out of the box*. VINDES Saker mampu membuat konten-konten yang sukses seperti Vincent dan Desta Show yang temanya berbeda di setiap *session* menjadi program andalan dengan konsep obrolan tongkrongan yang menghadirkan bintang tamu yang sudah diduga sebelumnya namun tidak diketahui kepastiannya. Ada juga Pos Asmara bersama Ardhito Pramono yang membacakan berbagai curhatan, sedangkan program Jasiman memberikan tips-tips termutakhir dalam mengatasi berbagai permasalahan, Ngapain Bang bersama Om Leo, Andy, dan Fajar yang akan menunjukkan berbagai eksperimen fiktif maupun ilmiah di kehidupan sehari-hari dan masih akan ada program-program seru lainnya yang sedang mereka persiapkan.

Beberapa waktu yang lalu VINDES juga berhasil menyelenggarakan *event Vindes Sport* seperti mengadakan pertandingan pingpong antara Abdel Achrian dan Desta yang disaksikan oleh 250 ribu orang melalui siaran langsung *channel YouTube* VINDES. Dilanjutkan dengan pertandingan Tepok Bulu beberapa bulan kemudian. Vincent Rompies bertanding melawan Valentino Jebret. Selanjutnya yang fenomenal yaitu #TibaTibaTenis yang berkolaborasi dengan Raffi Ahmad. *Event* ini juga mempertandingkan Gading Marten, Wulan Guritno dan Dion Wiyoko, Enzy Stora di Lapangan Tennis Indoor Senayan, Gelora Bung Karno, Jakarta.

Tidak hanya itu, kreativitas dari Saker juga terlihat dari *press release*, *caption* dan desain yang mereka produksi. *Content Pillar* di setiap *event* yang mereka selenggarakan pun jelas, menarik, dan sangat komunikatif bagi target audiensnya. Tentunya semua dengan konsep yang "Vindes Banget" dengan menggunakan bahasa khas anak nongkrong, warna yang cerah, layout, dan desain yang sangat menarik. Dalam membuat semua *Video Tapping* pun, tim *creative* terlebih dahulu membuat *story board* yang dilengkapi dengan rencana visual yang mereka gambar. Ini sudah sangat jarang dilakukan oleh perusahaan rintisan media digital serupa.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Dari pembahasan di atas dapat kita simpulkan, bahwa dalam komunikasi organisasi penting untuk memilih media yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya. Komunikator hanya menyampaikan pesan dan memilih media pesan. Koresponden dapat menerima kelanjutan pesan yang dikirimkan tanpa harus khawatir tentang bagaimana hal itu terjadi sehingga peran dan fungsi komunikasi dapat berjalan dengan baik.

Budaya organisasi mengutamakan inovasi dan kreativitas di antara anggotanya. Budaya organisasi memberikan keleluasaan bagi anggotanya untuk mengembangkan potensi yang ada sejalan dengan nilai dan norma yang berlaku dalam organisasi. Dimensi budaya organisasi memiliki keterkaitan dengan komunikasi organisasi.

Perpaduan antara budaya organisasi dan komunikasi organisasi menimbulkan rasa keterlibatan anggota dalam menjaga kelangsungan organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaludin. (2020). Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Bagian Sosial
- Ardianto, E. (2010). *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Asri, I. (2022). Strategi komunikasi organisasi dalam membangun semangat kerja pegawai pusdiklat tenaga administrasi Kementerian Agama RI. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi* 2022, 267-285.
- Azlen, W. (2022, Juli 8). *Ungkap Rahasia Vindes Corp Gebrak Program Acara Youtube Indonesia Hingga Sukses Adakan Tepok Bulu 2022*. Retrieved from hops.id: <https://www.hops.id/hot/pr-2943846299/ungkap-rahasia-vindes-corp-gebrak-program-acara-youtube-indonesia-hingga-sukses-adakan-tepok-bulu-2022>
- Edy. (2010). *Budaya Organisasi*. Jakarta: Prenadamedia. Sekretariat Daerah Kabupaten Lahat. *Jurnal Ekonomika*, Vol 13 no 2.
- Kusdi. (2011). *Budaya Organisasi: Teori, Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mudo, S. (2015). *id.techinasia.com*. Retrieved from [techinasia.com: https://id.techinasia.com/talk/apa-itu-bisnis-startup-dan-bagaimana-perkembangannya](https://id.techinasia.com/talk/apa-itu-bisnis-startup-dan-bagaimana-perkembangannya)
- Suta, N. M. (2020). *E-Library UNTAG Banyuwangi*. Retrieved from <http://elib.untag-banyuwangi.ac.id/file-jurnal/BUDAYA-ORGANISASI.pdf>
- Wahjono, S. (2022, April). Retrieved from Research Gate: https://www.researchgate.net/publication/359993301_Budaya_Organisasi
- Wirotnama, S. (2017). *samahitawirotnama.com*. Retrieved from Dimensi Dan Elemen Budaya Perusahaan: <https://samahitawirotnama.com/dimensi-dan-elemen-budaya-perusahaan/>