

**PENGGUNAAN APLIKASI CLICKUP SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI ORGANISASI DI KU
CREATIVES UNLIMITED**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

DIMAS AJI PAMUNGKAS

1201703002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dimas Aji Pamungkas

NIM : 1201703002

Tanda Tangan : 

Tanggal : Sabtu, 24 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dimas Aji Pamungkas

NIM : 1201703002


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : Penggunaan Aplikasi Clickup Sebagai Media Komunikasi Organisasi Di Ku Creatives Unlimited

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Eli Jamilah Miharja, S.S, M.Si., Ph.D, CICS 

Pembahas 1 : Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si 

Pembahas 2 : Ken Ayuthaya Purnama, S.Ikom., M.Ikom 

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : Sabtu, 24 Agustus 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengawali dengan pujian dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya yang memungkinkan penulis menyelesaikan penyusunan tugas akhir berupa Skripsi berjudul "Penggunaan Aplikasi Clickup Sebagai Media Komunikasi Organisasi Di Ku Creatives Unlimited" dengan sebaik-baiknya. Tugas akhir ini merupakan bagian dari salah satu syarat utama kelulusan dalam menyelesaikan program studi Sarjana Ilmu Komunikasi. Pada penelitian atau tugas akhir ini, penulis berhasil meraih banyak manfaat dan pembelajaran yang berkontribusi pada pengalaman penulis di dunia pekerjaan, khususnya dalam industri media kreatif dan pascaproduksi. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan untuk kelancaran kegiatan yang berkaitan dengan tugas akhir dan penyusunan skripsi ini. Rasa terima kasih khusus disampaikan kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Dengan anugerah dan karunia-Nya, penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir berupa Skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Melalui doa dan berkat-Nya, penulis berhasil memperoleh kesempatan untuk menyelesaikan studi sebagai Sarjana pendidikan tinggi.

2. Ibu Eli Jamilah Mihardja, Ph. D

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Ibu Eli Jamilah Mihardja, Ph. D, yang telah menjadi pembimbing penulis selama penyusunan tugas akhir berupa skripsi ini. Beliau telah menunjukkan kesabaran dalam membimbing penulis dalam proses pengerjaan dan penyelesaian tugas akhir berupa skripsi ini.

3. Ayah, Ibu, dan Salma

Ucapan terima kasih disampaikan kepada keluarga, terutama kepada Ayah dan Ibu, serta kepada Salma, yang senantiasa memberikan dukungan

penyuh perhatian dan pengertian. Berkat bantuan tersebut, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini secara optimal dan dengan sebaik-baiknya.

4. Calvin Nathan Manik

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya disampaikan kepada Pak Calvin (selaku CEO dari Ku Creatives Unlimited) atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk lebih mendalami dan memahami proses kerja di Ku Creatives Unlimited, serta izin yang diberikan dalam mengetahui lebih lanjut terkait ClickUp. Selain itu, terima kasih juga atas berbagai nasihat dan kritik yang konstruktif yang diberikan, yang sangat membangun bagi penulis.

5. Machfud Alfiansyah

Ucapan terima kasih disampaikan kepada rekan kerja sekaligus informan kunci pada penelitian ini, yaitu Machfud. Machfud senantiasa mendukung dan membantu banyak hal yang berguna dalam memperkaya hasil penelitian ini agar mencapai tujuan yang sudah dirancang.

6. Ghozi Fadillah

Ucapan terima kasih disampaikan kepada rekan kerja sekaligus salah satu informan pendukung pada penelitian ini, yaitu Ghozi. Ghozi selalu memberikan dukungan dan membantu berbagai hal yang bermanfaat dalam memperkaya hasil penelitian ini. Ghozi juga sangat antusias dalam memberikan jawaban dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi yang dilakukan oleh penulis.

7. Saras Florentia

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Saras, yang menjabat sebagai *Human Resource* di Ku Creatives Unlimited, atas kerja samanya yang luar biasa dalam mendukung penulis dari awal hingga akhir menyelesaikan tugas akhir ini. Saras juga terus membantu penanganan berbagai dokumen

penting yang terkait dengan kelengkapan dokumen pendukung bagi penulis pada penelitian ini.

8. Aisyah Putri

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Aisyah, selaku *Client Success Manager* di perusahaan Ku Creatives Unlimited. Aisyah sangat banyak membantu dalam menjelaskan berbagai hal secara keseluruhan dari topik penelitian ini.

9. Rekan – rekan kerja penulis

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Fadillah, Riza, Marsel, Andre, Alvian, Cindy, Evan, dan Hakim atas peran mereka sebagai pendengar yang baik. Mereka telah memahami penulis ketika berbagi masukan mengenai proses pengumpulan informasi yang berkaitan dengan topik penelitian ini, dan menjadi rekan kerja yang memiliki pemahaman yang sejalan. Terima kasih juga atas semangat luar biasa yang telah diberikan hingga saat ini.

Jakarta, 1 Agustus 2024

Penulis,



Dimas Aji Pamungkas

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Aji Pamungkas
NIM : 1201703002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty Fee Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

***“Penggunaan Aplikasi Clickup Sebagai Media Komunikasi
Organisasi Di Ku Creatives Unlimited”***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagaipeneliti/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 1 Agustus 2024

Yang menyatakan,



(Dimas Aji Pamungkas)

PENGGUNAAN APLIKASI CLICKUP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ORGANISASI DI KU CREATIVES UNLIMITED

Dimas Aji Pamungkas (1201703002)

ABSTRAK

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, peran *platform* digital menjadi semakin vital dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penggunaan aplikasi ClickUp sebagai media komunikasi organisasi di Ku Creatives Unlimited. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi bagaimana ClickUp digunakan untuk memfasilitasi proses komunikasi dan kolaborasi antar tim, serta mengkaji berbagai faktor yang memengaruhi interaksi dan pengelolaan proyek dalam organisasi. Melalui pendekatan studi kasus, penelitian ini menemukan bahwa ClickUp berperan sebagai *platform* utama yang menghubungkan berbagai divisi, mendukung distribusi tugas, manajemen proyek, dan penyimpanan dokumen penting. Selain itu, ClickUp juga membantu dalam pengelolaan sumber daya manusia melalui otomatisasi dan pelatihan karyawan baru, yang pada gilirannya meningkatkan efisiensi dan produktivitas tim. Meskipun terdapat beberapa kendala teknis seperti kecepatan internet dan batasan unggahan file, ClickUp berhasil membentuk pola komunikasi yang efisien dan terstruktur, memastikan setiap tugas dikerjakan dengan baik sebelum disampaikan kepada klien.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, ClickUp, Studi Kasus, Kolaborasi Tim, Teknologi Informasi, Manajemen Proyek.

THE USE OF THE CLICKUP APPLICATION AS A COMMUNICATION TOOL FOR KU CREATIVES UNLIMITED

Dimas Aji Pamungkas (1201703002)

ABSTRACT

With the advancement of information and communication technology, the role of digital platforms has become increasingly vital in enhancing the efficiency and effectiveness of company operations. This study aims to explore the use of the ClickUp application as an organizational communication tool at Ku Creatives Unlimited. The primary focus of this research is to identify how ClickUp is used to facilitate communication and collaboration processes between teams, as well as to examine various factors that influence interaction and project management within the organization. Through a case study approach, this research finds that ClickUp serves as the main platform connecting various divisions, supporting task distribution, project management, and the storage of important documents. Additionally, ClickUp aids in human resource management through automation and the training of new employees, which in turn increases team efficiency and productivity. Despite some technical challenges such as internet speed and file upload limitations, ClickUp successfully establishes an efficient and structured communication pattern, ensuring that each task is well-executed before being delivered to the client.

Keywords: *Organizational Communication, ClickUp, Case Study, Team Collaboration, Information Technology, Project Management.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Konsep yang Relevan.....	11
2.1.1. Definisi Komunikasi	11
2.1.2. Definisi Organisasi.....	14
2.1.3. Definisi Komunikasi Organisasi	15
2.1.4. Definisi Agensi	19
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	21
2.3. Model Kerangka Pemikiran	24

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Desain dan Pendekatan	28
3.2. Obyek dan/ atau Subjek	28
3.2.1. Objek Penelitian.....	28
3.2.2. Subjek Penelitian.....	29
3.3. Pengumpulan Data	30
3.4. Analisis Data	31
3.5. Triangulasi Data.....	33
3.6. Operasional Konsep/ Isu	35
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	38
4.1.1. Gambaran Objek Penelitian	40
4.1.2. Gambaran Subjek Penelitian	41
4.2. Analisa Hasil Penelitian	45
4.3. Pembahasan.....	81
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1. Simpulan	97
5.2. Saran	99
5.2.1. Saran Teoritis	99
5.2.2. Saran Praktis	99
DAFTAR PUSTAKA	101
DAFTAR LAMPIRAN	103
Dokumentasi.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Perusahaan Ku Creatives Unlimited	3
Gambar 1.2 Tampilan Website Ku Creatives Unlimited	4
Gambar 1.3 Tampilan Situs Internet Utama Platform ClickUp	6
Gambar 1.4 Tampilan Dashboard Monitoring Ku Creatives Unlimited ...	7
Gambar 2.1 Model Dasar Komunikasi	13
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Machfud (<i>Key Informan</i>)	41
Gambar 4.2 Ghazi (informan pendukung)	42
Gambar 4.3 Saras (<i>Key Informan</i>)	43
Gambar 4.4 Aisyah (informan pendukung)	44
Gambar 4.5 Fitur Task	49
Gambar 4.6 Bagian ‘Details’ pada Task	51
Gambar 4.7 Bagian ‘Activity’ pada Task	52
Gambar 4.8 Daftar SOP Perusahaan Ku Creatives	54
Gambar 4.9 Daftar Riwayat Periode Kerja Sama	55
Gambar 4.10 Fitur ‘Form’ pada ClickUp	58
Gambar 4.11 Task-Task yang ditugaskan ke Informan	62
Gambar 4.12 Instruksi Revisi dan Respon Pengguna	64
Gambar 4.13 Pembaruan Kemajua Tugas Video Editor	66
Gambar 4.14 Situasi Task yang Dikerjakan Bersama	68
Gambar 4.15 Fitur ‘Docs’ pada ClickUp	73
Gambar 4.16 Contoh Proses Komunikasi Terkait Revisi	74

Gambar 4.17 Contoh Lampiran Dalam Bentuk Tautan Google Drive	77
Gambar 4.18 Daftar Berkas Karyawan dari Divisi HR	79
Gambar 4.19 SOP yang dibuat oleh Divisi HR	80
Gambar 4.20 Model Analisis Peran ClickUp Secara Keseluruhan	86
Gambar 4.21 Model Analisis para pekerja menilai efektivitas ClickUp ...	88
Gambar 4.22 Model Analisis pola komunikasi organisasi ClickUp.....	90
Gambar 4.23 Model Analisis peningkatan kolaborasi tim	93
Gambar 4.24 Model Analisis faktor pendukung atau penghambat	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Prediksi Media yang Efektif	26
Tabel 3.1 Data Informan Karyawan Ku Creatives Unlimited	30
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep.....	36
Tabel 4.1 Jadwal Wawancara Dengan Para Informan Penelitian	39