

**ANALISIS IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI MENURUT
TEORI PEMENUHAN HIERARKI KEBUTUHAN MASLOW (STUDI
KASUS PADA PEKERJA KREATIF DI SINEMART)**

TUGAS AKHIR



CECILIA SIMARMATA

1241913014

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Cecilia Simarmata

NIM : 1241913014

Tanda tangan : 

Tanggal : 2 Februari 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh,

Nama : Cecilia Simarmata
NIM : 1241913014
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Analisis Iklim Komunikasi Organisasi Menurut Teori Pemenuhan Hierarki Kebutuhan Maslow (Studi Kasus pada Pekerja Kreatif di SinemArt)

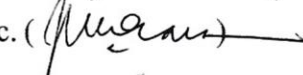
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ruth Putryani Saragih, S.I.Kom., M.Si

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

Penguji 2 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac.

()
()
()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 25 Februari 2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Ibu Ruth Putryani Saragih, S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan masukan dan arahan selama penyusunan Tugas Akhir ini,
- 2) Ibu Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si dan Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac. selaku dosen penguji pada Sidang Tugas Akhir yang telah memberikan kritik dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini,
- 3) Dosen pengajar Komunikasi Organisasi Universitas Bakrie yang telah memberi ilmunya kepada penulis, baik selama perkuliahan berlangsung maupun diluar waktu perkuliahan,
- 4) Rumah Produksi SinemArt Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian Tugas Akhir,
- 5) Orang tua tercinta, Bapak Abner Simarmata, S.E dan Mami Dr. Ir. Rosnawyta Simanjuntak, M.P, yang selalu memberikan doa dan dukungan, baik materi dan moral; kakak drh. Eny Simarmata/abang Samuel Siregar, S.H ; kakak Elvia Fidela Simarmata, S.E ; abang Raja Usul Adrian Simarmata, S.H., M.H.Li. serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan semangat kepada penulis baik selama perkuliahan maupun saat penelitian Tugas Akhir,
- 6) *Talent - talent* SinemArt yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian ini,
- 7) Teman-teman Kelas Karyawan Ilmu Komunikasi 22 Universitas Bakrie yang telah membantu dan memberikan semangat selama masa perkuliahan dan penelitian, dan
- 8) Seluruh pihak yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan, penelitian, dan penulisan Tugas Akhir yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Februari 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Mamutah' or similar, written in a cursive style.

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Cecilia Simarmata
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Analisis Iklim Komunikasi Organisasi Menurut Teori Pemenuhan Hierarki Kebutuhan Maslow (Studi Kasus pada Pekerja Kreatif di SinemArt)

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 2 Februari 2026

Yang menyatakan,



Cecilia Simarmata

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam fenomena iklim komunikasi organisasi di rumah produksi SinemArt ditinjau dari Teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus intrinsik. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap enam informan *talent* iklan, dua informan organisasi, dan satu informan ahli, serta melalui observasi non-partisipan dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya anomali dalam pemenuhan hierarki kebutuhan pekerja kreatif. *Talent* mengalami defisit pada kebutuhan fisiologis akibat jam kerja hingga dini hari serta kebutuhan rasa aman akibat kontrak kerja yang tidak transparan dan sistem pembayaran yang tidak pasti. Namun, kebutuhan sosial terpenuhi dengan sangat baik melalui solidaritas antar-kru di lapangan yang berfungsi sebagai mekanisme penyangga (*buffer*) emosional terhadap tekanan kerja. Simpulan penelitian ini menunjukkan bahwa iklim komunikasi di SinemArt bersifat paradoks; sangat positif secara horizontal melalui budaya kekeluargaan, namun cenderung otoriter dan tertutup secara vertikal. Kondisi ini menyebabkan terjadinya fenomena *organizational silence* dan stagnasi pada pemenuhan kebutuhan penghargaan serta aktualisasi diri *talent*. Penelitian ini menyarankan perbaikan transparansi administrasi kontrak dan pembukaan kanal komunikasi dua arah untuk menjaga reputasi organisasi.

Kata kunci: Iklim Komunikasi, Hierarki Kebutuhan, *Talent* Iklan, SinemArt, Pekerja Kreatif.

ABSTRACT

This study aims to deeply analyze the organizational communication climate at the SinemArt production house through the lens of Abraham Maslow's Hierarchy of Needs Theory. The research method employed is qualitative with an intrinsic case study approach. Data were collected through in-depth interviews with six advertising talent informants, two organizational informants, and one expert informant, as well as non-participant observation and documentation. The research results indicate an anomaly in the fulfillment of the creative workers' hierarchy of needs. Talents experience a deficit in physiological needs due to working hours extending into the early morning, as well as a lack of safety needs stemming from non-transparent employment contracts and uncertain payment systems. However, social needs are exceptionally well-fulfilled through solidarity among the crew on-set, which functions as an emotional buffering mechanism against work pressure. The study concludes that the communication climate at SinemArt is paradoxical; highly positive horizontally through a culture of kinship, yet tending towards authoritarian and closed vertically. This condition leads to the phenomenon of organizational silence and stagnation in the fulfillment of talents' esteem and self-actualization needs. This research suggests improvements in contract administration transparency and the opening of two-way communication channels to maintain organizational reputation.

Keywords: Communication Climate, Hierarchy of Needs, Advertisement Talent, SinemArt, Creative Workers

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Konsep Relevan	8
2.1.1 Komunikasi Organisasi.....	8
2.1.1.1 Dimensi Komunikasi Organisasi	8
2.1.3 Iklim Komunikasi Organisasi	9
2.1.3.1 Dimensi Iklim Komunikasi Organisasi	9
2.1.4 <i>Talent</i> Iklan.....	10
2.1.4.1 <i>Talent</i> sebagai Pekerja Rentan.....	11
2.1.5 <i>Production House</i> (PH)	12
2.1.6 Landasan Teori	14
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Teoritis.....	20
BAB 3 METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain dan Pendekatan	21
3.1.1 Metode Penelitian: Studi Kasus (<i>Case Study</i>)	21
3.2.1 Objek Penelitian	22

3.2.2 Subjek Penelitian (Informan).....	22
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.2.1 Wawancara Mendalam (<i>In-depth Interview</i>).....	23
3.2.2 Observasi Non-Partisipan.....	24
3.2.3 Dokumentasi.....	24
3.3 Operasionalisasi Konsep	24
3.4 Analisis Data	28
3.4.1 Kondensasi Data (<i>Data Condensation</i>).....	28
Peneliti akan melakukan transkripsi hasil wawancara dengan para <i>talent</i> , memilah informasi yang relevan dengan Iklim Komunikasi, serta membuang data yang tidak perlu.....	28
3.4.2 Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	28
3.4.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (<i>Conclusion Drawing/Verification</i>).....	29
3.5 Triangulasi Data	29
3.5.1 Triangulasi Sumber.....	29
3.5.2 Triangulasi Teknik.....	30
3.5.3 Triangulasi Waktu	30
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	31
4.1.1 Profil Rumah Produksi SinemArt.....	31
4.1.2 Visi dan Misi SinemArt.....	32
4.1.3 Struktur <i>Production House</i> SinemArt	33
4.1.4 Karakteristik Produksi	33
4.1.5 Profil Informan Penelitian	36
4.2 Penyajian Data.....	43
4.2.1 Dimensi Dukungan.....	44
4.2.2 Dimensi Pembuatan Keputusan Partisipasif.....	46
4.2.3 Dimensi Kepercayaan, Keyakinan, dan Kredibilitas.....	48
4.2.4 Dimensi Keterbukaan dan Kejujuran	51
4.2.5 Dimensi Tujuan Kinerja Tinggi.....	54
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	58
4.3.1 Defisit Waktu Istirahat sebagai Konsekuensi Pilihan Profesi	58
4.3.2 Praktik Kontrak <i>Blank Space</i> dan Kerentanan Posisi Tawar <i>Talent</i>	60
4.3.3 Dominasi Iklim Kekeluargaan dalam Menutupi Defisit Kebutuhan Dasar.....	63

4.3.4 Fenomena <i>Organizational Silence</i> dan Risiko Reputasi Organisasi	65
4.3.5 Stagnasi Karir dan Hambatan Kontrak	68
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
5.2.1 Saran Praktis	75
5.2.2 Saran Akademis (Untuk Peneliti Selanjutnya)	76
DAFTAR PUSTAKA	77
DAFTAR LAMPIRAN.....	79
1. Transkrip Wawancara	79
2. Hasil Dokumentasi.....	119

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	25
Tabel 4.1 Pengelompokan Berita Berdasarkan Tema.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 The Jakarta Post	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4.1 Logo SinemArt.....	31
Gambar 4.2 Suasana Syuting (Behind the Scene) Produksi SinemArt.....	35
Gambar 4.3 Suasana Fisik Set Produksi.....	41
Gambar 4.4 Gambar Realitas <i>Basecamp</i>	42
Gambar 4.5 Suasana Liwetan.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Narasumber 1	79
Lampiran 2 Narasumber 2	83
Lampiran 3 Narasumber 3	89
Lampiran 4 Narasumber 4	95
Lampiran 5 Narasumber 5 dan 6.....	99
Lampiran 6 Narasumber 7	104
Lampiran 7 Narasumber 8	107
Lampiran 8 Narasumber 9	112
Lampiran 9 Dokumentasi Wawancara.....	119
Lampiran 10 Dokumentasi On-set	120
Lampiran 11 Dokumentasi Bimbingan.....	120
Lampiran 12 Dokumentasi Kontrak Kerja.....	121