

**ANALISIS POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM
MEMBANGUN KOORDINASI KERJA TIM *BRAND*
DEEPUBLISH STORE**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

AULIA JASMIN HANIFAH

22.96.3423

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

**ANALISIS POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM
MEMBANGUN KOORDINASI KERJA TIM *BRAND*
DEEPUBLISH STORE**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh:

AULIA JASMIN HANIFAH

22.96.3423

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**ANALISIS POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MEMBANGUN
KOORDINASI KERJA TIM *BRAND DEEPUBLISH STORE***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aulia Jasmin Hanifah

22.96.3423

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada Kamis, 5 Maret 2026

Dosen Pembimbing,



Yulinda Erlistyarni, S.IKom., M.Med.Kom

NIK. 190302485

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MEMBANGUN
KOORDINASI KERJA TIM *BRAND* DEEPUBLISH STORE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aulia Jasmin Hanifah

22.96.3423

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada Rabu, 25 Februari 2026

Nama Penguji

Rosyidah Jayanti Vijaya, S.E., M.Hum

NIK. 190302266

Stara Asrita, S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302364

Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIK. 190302485

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Rabu, 25 Februari 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Ph.D

NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 28 Februari 2026



Aulia Jasmin Hanifah

22.96.3423

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Subhanahu wa Ta'ala Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat-Nya atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Karya ini, dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur, penulis persembahkan kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala, atas kasih sayang, petunjuk, kekuatan, dan kemudahan yang senantiasa menyertai setiap proses penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua tercinta, Bapak dan Ibu, atas doa, kasih sayang, pengorbanan, serta dukungan yang tidak pernah putus dalam mengiringi langkah penulis hingga menyelesaikan pendidikan sarjana.
3. Kedua kakak laki-laki saya, atas perhatian, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
4. Sahabat penulis (Raul), yang telah menjadi teman berbagi dan penyemangat dalam berbagai dinamika selama masa studi.
5. Sahabat penulis (Apalah), yang senantiasa memberikan dukungan dan kepercayaan bahwa penulis mampu menyelesaikan skripsi ini, khususnya Najiata, atas motivasi yang terus menguatkan.
6. Teman-teman KMM NH, atas dukungan, semangat, dan doa selama proses penyusunan skripsi, khususnya Mba Latifah, yang dengan kesabaran dan kepeduliannya menemani penulis dari awal hingga akhir.
7. Teman-teman 22IK03, yang menjadi bagian penting dalam proses belajar, bertumbuh, dan perjalanan akademik penulis.

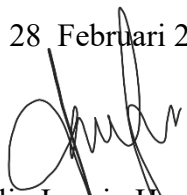
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi berjudul "*Analisis Pola Komunikasi Organisasi dalam Membangun Koordinasi Kerja Tim Brand Deepublish Store*" dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Amikom Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala, atas petunjuk, kekuatan, dan kemudahan selama proses penulisan skripsi.
2. Kedua orang tua tersayang, atas kasih sayang, doa, pengorbanan, serta dukungan lahir dan batin.
3. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Ibu Rivga Agusta, S.IP., M.A., selaku Ketua Program Studi Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Ibu Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom., M.Med.Kom., selaku dosen pembimbing atas arahan dan bimbingan yang diberikan.
7. Seluruh sahabat dan teman-teman, atas dukungan dan semangat selama penyusunan skripsi.

Penulis menyadari skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan mengharapkan kritik serta saran yang membangun.

Yogyakarta, 28 Februari 2026


Aulia Jasmin Hanifah

DAFTAR ISI

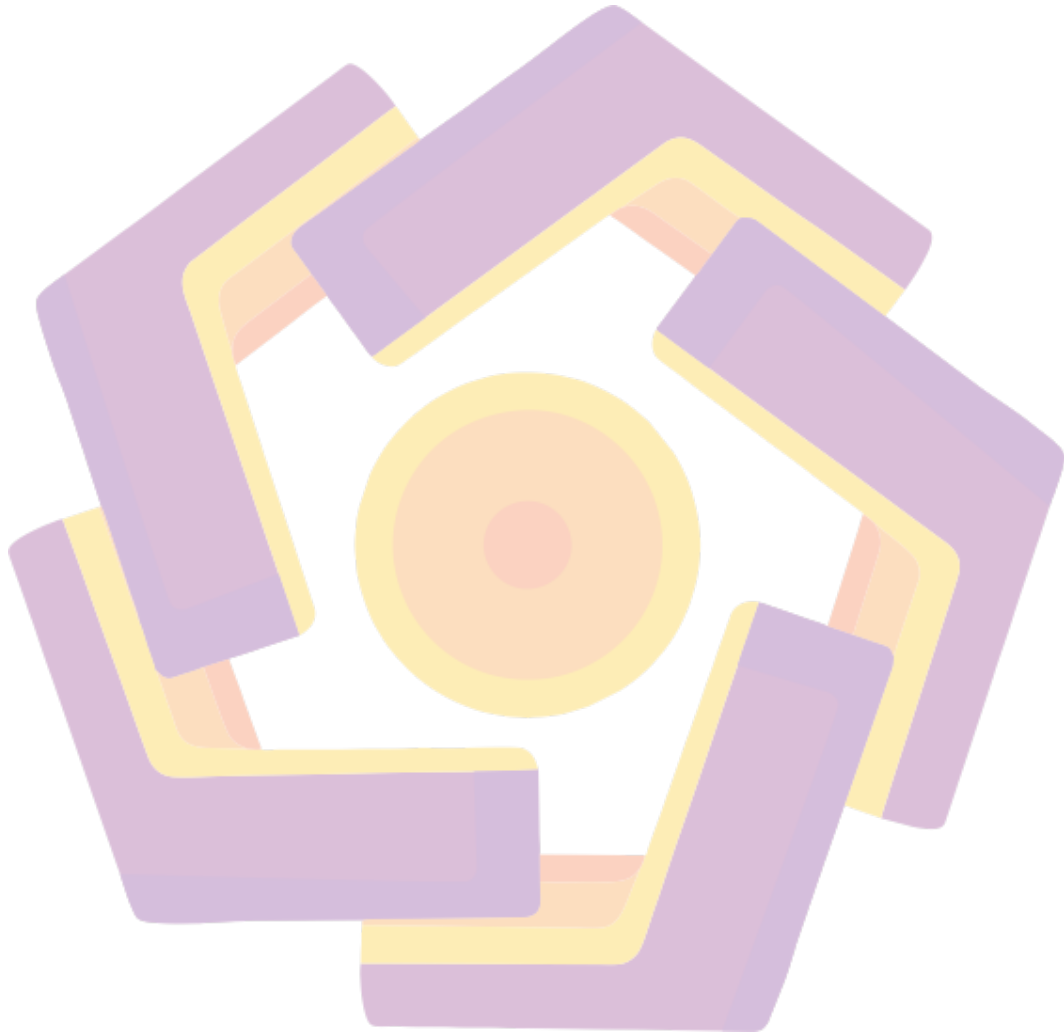
HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Bab.....	6
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Sebelumnya	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Komunikasi Organisasi	12
2.2.2 Fungsi Komunikasi Organisasi	16
2.2.3 Pola Komunikasi Organisasi	20
2.2.3.1 Pola Roda (<i>Wheel</i>).....	21

2.2.3.2	Pola Rantai (<i>Chain</i>).....	21
2.2.3.3	Pola Y (Y Model).....	22
2.2.3.4	Pola Lingkaran (<i>Circle</i>).....	22
2.2.3.5	Pola Bintang / Semua Saluran (<i>All Channel</i>).....	23
2.2.4	Koordinasi Kerja Tim	24
2.2.3.1	Pengertian Koordinasi.....	24
2.2.3.2	Koordinasi dalam Konteks Tim	25
2.2.3.3	Faktor yang Mempengaruhi Koordinasi Kerja Tim.....	26
2.2.5	Keterkaitan Pola Komunikasi dengan Koordinasi Kerja Tim.....	27
2.3	Kerangka Konsep	28
BAB III		31
METODE PENELITIAN		31
3.1	Paradigma Penelitian.....	31
3.2	Pendekatan Penelitian	32
3.3	Metode Penelitian.....	33
3.4	Subjek dan Objek Penelitian	34
3.5	Teknik Pengambilan Data.....	35
3.6	Waktu Penelitian	36
3.7	Teknik Analisis Data.....	37
3.8	Teknik Keabsahan Penelitian.....	38
BAB IV		41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Profil Informan Penelitian.....	41
4.2	Temuan Penelitian.....	42
4.2.1	Struktur Komunikasi dalam Tim Brand Deepublish Store	43
4.2.2	Sentralisasi Instruksi Kerja pada Peran <i>Leader</i>	43
4.2.3	Pemanfaatan Media Digital sebagai Instrumen Koordinasi dan Pemantauan Pekerjaan	48
4.2.4	Perbedaan Pengalaman Koordinasi Kerja Antara Divisi Teknis dan Kreatif	54

4.2.5	Pola Komunikasi Organisasi dalam Koordinasi Pengambilan Keputusan Kerja Tim.....	58
4.2.6	Relevansi Temuan Penelitian terhadap Rumusan Masalah	61
4.3	Pembahasan.....	65
4.3.1	Analisis Tujuan dan Fungsi Komunikasi Organisasi dalam Tim Brand 65	
4.3.2	Pola Komunikasi Terpusat dalam Koordinasi Kerja Tim <i>Brand</i>	68
4.3.3	Peran Media Digital dalam Mendukung Koordinasi Kerja Tim	71
4.3.4	Tantangan Pola Komunikasi dalam Koordinasi Kerja Unit Kreatif .	74
4.3.5	Implikasi Pola Komunikasi Organisasi terhadap Koordinasi Kerja Tim	76
BAB V		79
PENUTUP		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN		72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Jurnal Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	36
Tabel 4.1 Profil Informan Penelitian.....	42



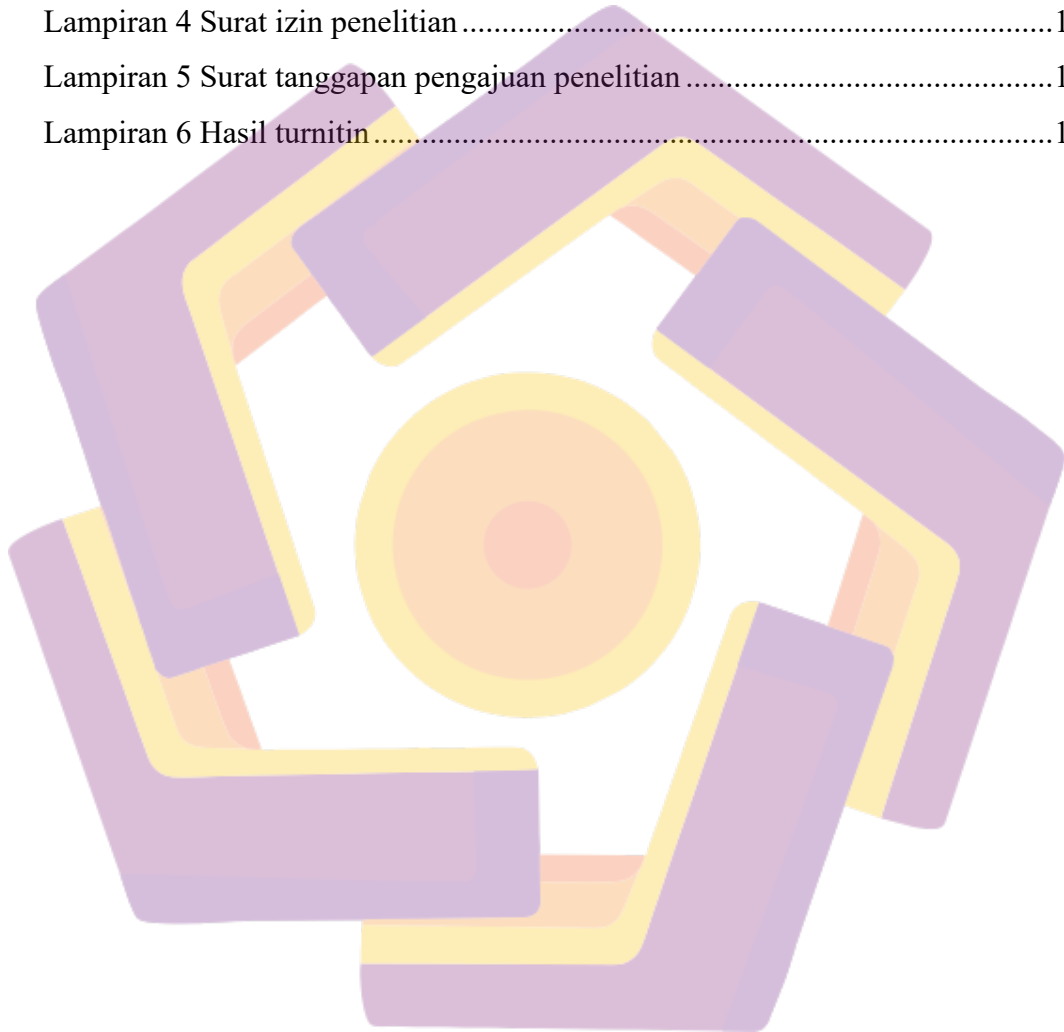
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Pola Komunikasi Organisasi	24
Bagan 2.3 Kerangka Konsep.....	29
Gambar 3.7 Analisis Data Model Interaktif.....	38
Gambar 4.1 Dokumentasi <i>Briefing</i> Rutin Tim <i>Brand</i> melalui Zoom Meeting.....	49
Gambar 4.2 Cuplikan Pelaporan Progres Kerja (KLCF) melalui Grup Signal.....	51
Gambar 4.3 Dokumentasi <i>Report</i> Progres Mingguan Tim <i>Brand</i> Deepublish Store	53
Gambar 4.4 Dokumentasi Proses Strategi dan Validasi Keputusan Kerja Tim <i>Brand</i>	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip wawancara.....	72
Lampiran 2 Tabel triangulasi temuan penelitian.....	112
Lampiran 3 Dokumentasi wawancara dan observasi.....	114
Lampiran 4 Surat izin penelitian.....	116
Lampiran 5 Surat tanggapan pengajuan penelitian	117
Lampiran 6 Hasil turnitin.....	118



ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital menuntut organisasi untuk mengelola komunikasi internal secara efektif, khususnya dalam tim brand yang bekerja secara kolaboratif dan dinamis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi organisasi yang diterapkan dalam aktivitas kerja Tim Brand Deepublish Store serta implikasinya terhadap koordinasi kerja tim. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap informan yang terlibat langsung dalam aktivitas tim. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi dalam Tim Brand Deepublish Store didominasi oleh pola roda, di mana arus informasi dan pengambilan keputusan terpusat pada pemimpin. Pola Y dan pola bintang muncul secara situasional dalam koordinasi operasional dan diskusi kreatif. Dominasi pola roda membantu percepatan keputusan, namun juga menimbulkan ketidakmerataan informasi dan keterbatasan konteks kerja, khususnya bagi tim kreatif. Meskipun demikian, koordinasi kerja tetap berjalan karena didukung oleh sistem kerja digital yang terstruktur.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Pola Komunikasi, Koordinasi Kerja Tim, Tim Brand.

ABSTRACT

The development of digital technology requires organizations to manage internal communication effectively, particularly within brand teams that operate in a collaborative and dynamic work environment. This study aims to analyze organizational communication patterns applied in the work activities of the Deepublish Store Brand Team and their implications for team coordination. This research employs a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving informants directly engaged in the team's work activities. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing, while data validity was ensured through source triangulation. The findings indicate that organizational communication within the Deepublish Store Brand Team is predominantly characterized by a wheel communication pattern, in which information flow and decision-making are centralized under the team leader. Y and all-channel patterns appear situationally in operational coordination and creative discussions. While the dominant wheel pattern facilitates faster decision-making, it also results in unequal information distribution and limited work context, particularly for the creative team. Nevertheless, team coordination remains effective due to the support of structured digital work systems.

Keywords: Organizational Communication, Communication Patterns, Team Coordination, Brand Team.