

## PENGARUH KOMUNIKASI TERHADAP KREATIVITAS GURU

Oleh

Linda Ika Mayasari<sup>1)</sup>, Herlina<sup>2)</sup>, Eddy Setyanto<sup>3)</sup><sup>1</sup>Prodi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, STKIP Kusumanegara<sup>2</sup>Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, STKIP Kusuma Negara<sup>3</sup>Prodi Manajemen, STIE Tri BhaktiEmail: [1lindaika@stkipkusumanegara.ac.id](mailto:lindaika@stkipkusumanegara.ac.id), [2herlina.mahtum@stkipkusumanegara.ac.id](mailto:herlina.mahtum@stkipkusumanegara.ac.id),  
[3eddy.setyanto@gmail.com](mailto:eddy.setyanto@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Komunikasi terhadap Kreativitas Guru SD Negeri di Kecamatan Tambelang Kabupaten Bekasi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipan dengan menggunakan survei dengan kuesioner. Analisis data menggunakan korelasi sederhana, regresi linier sederhana. Ukuran populasi sasaran penelitian ini adalah 64 guru. Sampel penelitian dipilih sebanyak 55 orang guru dengan menggunakan teknik simple random sampling. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis jalur. Berdasarkan data penelitian diperoleh kesimpulan komunikasi berpengaruh langsung positif terhadap kreativitas. Kreativitas dapat ditingkatkan dengan meningkatkan komunikasi di lingkungan sekolah.

**Kata Kunci: Komunikasi, Kreativitas**

## PENDAHULUAN

Belakangan ini pembangunan berjalan dengan cukup dinamis di berbagai bidang. Hal ini menimbulkan tuntutan yang cukup tinggi pada perkembangan dan peningkatan kualitas pendidikan, dengan tetap terpenuhinya kesempatan memperoleh pendidikan dan tercapainya efisiensi, relevansi dan peningkatan mutu pendidikan. Peran guru dalam pendidikan sangat penting karena sebagai ujung tombak dalam menentukan keberhasilan pendidikan di sekolah. Karena melalui peranan guru, potensi guru dapat berkembang dengan baik apabila seorang guru dapat melakukan tugasnya dengan baik pula. Salah satu hal yang menjadi peranan penting dari seorang guru adalah kreativitas. Dengan kreativitas yang baik dan benar akan membuat para guru dan pegawai lainnya akan lebih bersemangat dan termotivasi dalam bekerja. Namun, tak dapat dipungkiri pada kenyataannya di sekolah banyak guru yang memiliki motivasi rendah atau menurun.

## LANDASAN TEORI

## Komunikasi

Richard (2010:537) menyatakan komunikasi, "*communication is the process by which information is exchanged and understood by two or more people, usually with the intent to motivate or influence behavior. Communication is not just sending information. Honoring this distinction between sharing and proclaiming is crucial for successful management*". Komunikasi adalah proses dimana informasi dipertukarkan dan dimengerti oleh dua orang atau lebih, biasanya dengan maksud untuk memotivasi atau mempengaruhi perilaku. Komunikasi tidak hanya mengirim informasi. Shirley Tailor (1999:3), "*communication may be defined as giving, receiving, or exchanging information, opinions or ideas by writing, speech or visual means, so that the material communicated is completely understood by everyone concerned*". Komunikasi dapat didefinisikan sebagai memberi, menerima, atau bertukar

informasi, pendapat atau ide dengan menulis, pidato atau sarana visual, sehingga materi yang disampaikan benar-benar dipahami oleh semua orang yang bersangkutan. McShane dan Glinow (2008:314), "*communication refers to the process by which information is transmitted and understood between two or more people. We emphasize the word understood because transmitting the sender's intended meaning is the essence of good communication*". McShane menekankan kata dipahami karena meneruskan makna yang diinginkan pengirim adalah inti dari komunikasi yang baik dan menguraikan model proses komunikasi. Memahami makna, penting artinya untuk dapat mengerti apa yang disampaikan atau yang diinginkan oleh pengirim. Griffin (2007:288) menyatakan komunikasi, "*communication is the social process in which two or more parties exchange information and share meaning. Communication is something that most of us take for granted, we have been communicating for so long that we really pay little attention to the actual process*". Komunikasi adalah proses sosial di mana pertukaran informasi dua pihak atau lebih dan berbagi makna. Komunikasi adalah sesuatu yang kebanyakan dari kita untuk diberikan, kita telah berkomunikasi begitu lama bahwa kita benar-benar memperhatikan sedikit proses yang sebenarnya.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disintesis komunikasi adalah pertukaran informasi antara dua individu atau lebih berlangsung secara tatap muka maupun tanpa tatap muka dengan indikator: kejelasan pesan ketika bertukar informasi, menghormati perbedaan, memotivasi dan mempengaruhi perilaku, hubungan antar pegawai.

### **Kreativitas**

Scott Isaksen (2011:6) menyatakan kreativitas, "*creativity is the process of generating unique products by transformation of existing products. These products must be unique only to the creator, and must meet the*

*criteria of purpose and value established by the creator*". Kreativitas adalah proses menghasilkan produk yang unik dengan transformasi produk yang ada. Produk-produk ini harus unik hanya untuk sang pencipta, dan harus memenuhi kriteria tujuan dan nilai yang ditetapkan oleh sang pencipta. Jeff Degraff dan Katherine (2002:4), "*creativity as a purposeful activity (or set of activities) that produces valuable products, services, processes, or ideas that are better or new. The act of creativity can be performed by an individual, a group, or an organization, or all of these working together to produce a creative outcome, whether innovation, profits, quality, knowledge, or some other desired result*". Kreativitas sebagai kegiatan yang bertujuan (atau sejumlah kegiatan) yang menghasilkan produk berharga, jasa, proses, atau ide yang lebih baik atau baru. Tindakan kreativitas dapat dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi, atau semua bekerja sama untuk menghasilkan hasil yang kreatif, apakah inovasi, keuntungan, kualitas, pengetahuan, atau beberapa hasil yang diinginkan lainnya.

Sedangkan James dan Sternberg (2006:413) berpendapat, "*creativity is viewed from the utilitarian perspective. From perspective, creativity is defined as a personal capability to create novel and appropriate solutions. The other view sees creativity from psychological growth perspective. This view characterizes a creative person as a fully functioning and integrated, ever-growing, mentally healthy human being, that is, as a self actualized person*". Dari perspektif, kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan pribadi untuk menciptakan solusi baru dan tepat. Pandangan lain melihat kreativitas merupakan pandangan dari pertumbuhan psikologis. Pandangan ini menyatakan bahwa karakteristik dan ciri orang yang kreatif sebagai fungsi penuh dan terpadu, yang terus tumbuh, manusia yang secara mental sehat, yang bertujuan untuk mengaktualisasikan dirinya. Kreativitas juga berkenaan dengan

kepribadian. Seorang yang kreatif adalah orang yang memiliki ciri. Mullins (2002:415) menyatakan pendapatnya, “*creativity is the application of imaginative thought which results in innovative solutions to many problems*”. Kreativitas adalah aplikasi pemikiran imajinasi yang menghasilkan solusi inovatif untuk masalah yang banyak. Pemikiran yang imajinasi di terapkan dalam suatu produk sehingga dapat membuat solusi alternatif dari suatu permasalahan yang ada. Kreativitas merupakan hal yang sangat penting dalam pembelajaran, dan kepala sekolah dituntut untuk mendemonstrasikan dan menunjukkan proses kreativitas tersebut. Masters dan Wallace (2011:9) mendefinisikan kreativitas, “*creativity is the tendency to generate or recognize ideas, alternatives, or possibilities that maybe useful in solving problems, people are problems solvers. Creativity is especially helpful in the workplace, where workers face problems and must make decisions on a daily basis*”. Kreativitas adalah kecenderungan untuk menghasilkan ide-ide atau mengenali, alternatif, atau kemungkinan yang mungkin berguna dalam memecahkan masalah, berkomunikasi dengan orang lain, dan menghibur diri kita sendiri. Orang-orang kreatif adalah pemecah masalah. Kreativitas sangat membantu di tempat kerja, di mana para pekerja menghadapi masalah dan harus membuat keputusan setiap hari. Debra (2009:3) menyatakan, “*creativity is a process influenced by individual and organizational factors that results in the production of novel and useful ideas, products, or both*”. Kreativitas adalah suatu proses yang dipengaruhi oleh faktor individu dan organisasi yang menghasilkan produksi ide-ide baru dan berguna, produk, atau keduanya. Menurut McShane (2008:240), “*creativity is developing an original product, service, or idea that makes a socially recognized contribution*”. Kreativitas adalah mengembangkan produk asli, jasa, atau ide

yang membuat kontribusi yang diakui secara sosial.

Berdasarkan definisi konsep di atas dapat disintesis kreativitas adalah aktivitas individu untuk pemikiran yang baru dan unik dalam mengembangkan produk untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan indikator: kontribusi solusi yang inovatif, berorientasi pada tujuan, solusi dalam memecahkan masalah, menghasilkan produk yang baru dan kualitas pekerjaan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode survey dengan pendekatan teknik analisis jalur. Penelitian dilaksanakan di SD Negeri yang berada di wilayah Kecamatan Tambelang Kabupaten Bekasi. Populasi terjangkau penelitian ini sejumlah 65 guru. Sampel penelitian sebanyak 55 orang. Analisa data untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis jalur. Sebelum dilaksanakan analisis jalur, uji signifikan regresi dan uji linearitas regresi sebagai prasyarat uji statistik dilakukan pengujian normal data dari masing-masing variabel penelitian dengan Uji-Liliefors, Statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh antar variabel dengan menggunakan tehnik analisis jalur.

### 1. Deskripsi Data

#### 1.1 Komunikasi

Komunikasi dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 26 butir pernyataan. Secara teoritis rentang skor komunikasi antara skor minimum 26 sampai dengan skor maksimum 130. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data diketahui skor komunikasi minimum 108, skor komunikasi maksimum 121, rentang skor 13, skor rata-rata 114,000, median 114, modus 112, simpangan baku 4,032, dan varians 16,259.

#### 1.2 Kreativitas.

Kreativitas diukur menggunakan kuesioner yang terdiri atas 26 butir pernyataan. Rentang skor secara teoritis kreativitas antara 26 sampai 130. Berdasarkan hasil analisis data dan perhitungan statistik menunjukkan skor empirik kreativitas bervariasi antara 109 dan 122 dengan rentang skor 13; rata-rata 113,982; median 114, modus 112; simpangan baku (standar deviasi) 3,803; dan varians 14,463.

**2. Uji Prasyarat Analisis**

2.1 Uji Normalitas

**Tabel 1. Uji Normalitas**

Galat Taksiran	L <sub>hitung</sub>	L <sub>tabel</sub>	Hasil Uji Normalitas
X2 atas X1	0,110	0,119	Normal

2.2 Uji Signifikansi dan Linearitas Regresi

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi yang memperlihatkan pengaruh linear antara komunikasi dengan kreativitas yaitu  $\hat{X}_2 = 52,697 + 0,538 X_1$ .

Hasil uji signifikansi diperoleh  $t_{hitung} 25,507 > t_{tabel} = 7,138$  pada  $\alpha = 0,01$  yang menunjukkan persamaan regresi sangat signifikan. Hasil uji linearitas diperoleh  $t_{hitung} = 1,916 < t_{tabel} = 2,025$  yang menunjukkan persamaan regresi berbentuk linear. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa persamaan regresi  $\hat{X}_2 = 52,697 + 0,538 X_1$  yang menggambarkan pengaruh komunikasi terhadap kreativitas sangat signifikan dan berbentuk linear.

**3. Pengujian hipotesis**

**Tabel 2. Koefesien Korelasi antar Variabel Penelitian**

	X1	X2
X1	1,000	0,570
X2	0,570	1,000

Pengaruh komunikasi terhadap kreativitas dijelaskan dengan menguji hipotesis berikut:

H0:  $\beta_{21} \leq 0$ : Komunikasi tidak berpengaruh terhadap kreativitas.

H1:  $\beta_{21} > 0$ : Komunikasi berpengaruh langsung positif terhadap kreativitas.

Berdasarkan analisa data diperoleh hasil perhitungan dan hasil uji signifikansi koefesien jalur pengaruh komunikasi terhadap kreativitas sebagai berikut.

**Tabel 3. Koefesien Jalur Pengaruh Komunikasi terhadap Kreativitas.**

N	Koefesien Jalur (p21)	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	
			$\alpha = 0,05$	$\alpha = 0,01$
55	0,570	5,057**	1,674	2,398

Keterangan :

\*\* ) Koefesien jalur sangat signifikan ( $t_{hitung} = 5,057 > t_{tabel} = 2,398$ ), pada  $\alpha = 0,01$ .

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui besarnya koefesien jalur yang menunjukkan pengaruh komunikasi terhadap kreativitas sebesar 0,570. Hasil uji signifikansi diperoleh  $t_{hitung} = 5,057 > t_{tabel} = 2,398$  pada  $\alpha = 0,01$ . Hasil uji menunjukkan koefesien jalur sangat signifikan. Hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh langsung positif komunikasi terhadap kreativitas diterima. Artinya, intensitas komunikasi yang baik akan mengakibatkan kreativitas yang baik. Dengan kata lain, peningkatan kreativitas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan komunikasi.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil analisis korelasi sederhana antara komunikasi dengan kreativitas diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,570 dan koefisien jalur 0,570. Dengan demikian pengaruh komunikasi terhadap kreativitas sangat tinggi dan positif. Semakin baik komunikasi diharapkan semakin baik pula kreativitas.

Dikaitkan dengan teori tentang pengaruh komunikasi terhadap kreativitas seperti yang dinyatakan oleh Scott G. Isaksen (1998:13) menyatakan komunikasi terhadap kreativitas, *“within this diagram, cognitive style would have the most influence within the frame of psychological and organizational processes”*.

Komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi manusia. Dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidupnya, manusia selalu berhubungan (berinteraksi) antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya secara timbal balik. Perlu disadari bahwa tidak semua manusia dalam berkomunikasi berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Oleh karena itu, harus ada pemahaman tentang komunikasi itu sendiri.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan kajian dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Komunikasi berpengaruh langsung positif terhadap kreativitas Guru SD Negeri di Kecamatan Tambelang Kabupaten Bekasi. Peningkatan komunikasi yang baik akan meningkatkan tingkat kreativitas Guru.

### Saran

Dari hasil kesimpulan di atas dapat disarankan sebagai berikut:

1. Agar memiliki Kreativitas yang tinggi, seluruh guru SD Negeri di Tambelang Kabupaten Bekasi hendaknya melakukan usaha-usaha untuk meningkatkan pengembangan karir dan hubungan kerja yang harmonis,
2. Guru hendaknya dapat menerima tantangan untuk meningkatkan kualitas diri, guna membangun kreativitas yang nantinya menjadi guru yang professional,
3. Agar hasil penelitian dapat digeneralisasi lebih luas, sebaiknya pada penelitian selanjutnya yang sejenis diperlukan pengambilan populasi yang lebih luas, dan agar diketahui lebih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas guru, hendaknya diteliti juga faktor-faktor lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Christopher T, Cross, Taniesha A.Woods, Heidi S. (2009). *Matematis Learning in Early Childhood*, United State of America: National Academy of Science
- [2] Colquitt, LePine, Wesson. (2009). *Organizational Behavior*, New York: McGraw-Hill
- [3] Debra L.Nelson. (2009). *Organizational Behavior*, USA: South-Western Cengage Learning
- [4] Edwin C. Leonard,JR. (2008). *Supervision Concepts and Practices of Management*, USA: South Western Cengage Learning
- [5] Griffin Moorhead. (2007). *Organizational Behavior, Managing People and Organizations*, USA: Houghton Mifflin Company
- [6] James C. Kaufman, Robert J. Sternberg. (2006). *The International Handbook of Creativity*, New York : Cambridge University Press
- [7] Jeff DeGraff, Katherine A. Lawrence. (2002). *Creativity at Work*, United States Of America: Jhon Wiley & Sons
- [8] Jennifer M. George, Gareth R.Jones. (2012). *Understanding and Managing Organizational Behavior*, New Jersey: Pearson
- [9] Jhon.R.Schermerhorn. (2007) *Management And Organizational Behavior*, New York: Jhon Wiley & Sons
- [10] Kreitner, Kinicki. (2010). *Organizational Behavior*, New York: McGraw-Hill Irwin
- [11] Laurie J. Mullins. (2002). *Management and organizational Behaviour*, England: Pearson Education Limited
- [12] Masters, Wallace. (2011). *Personal Development For Life and Work*, USA: South-Western Cengage Learning
- [13] McShane, Von Glinow. (2008). *Organization Behavior*, New York: McGraw-Hill Irwin
- [14] Scott G. Isaksen and Kenneth J, Lauer. (1998). *The Relationship Between*

*Cognitive Style and Individual Psychological Climate*, New York; Problem solving Group

- [15] Scott G Isaksen, Dorval, Treffinger. (2011). *Creative Approaches To Problem Solving*, United States Of America: Sage Publications
- [16] Shirley Tailor. (1999). *Communication for Business, Third Edition*, England: Pearson Education Limited
- [17] Stephen P. Robbins, Timothy A.Judge. (2011). *Organizational Behavior*, New Jersey, Pearson
- [18] Richard L.Daft. (2010). *New Era Of Management*, Canada: South-Western Cengage learning