

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial tentunya akan selalu hidup berdampingan dengan manusia lainnya. Semasa hidup di dunia ini, membangun relasi merupakan sesuatu hal yang penting dan utama. Dalam membangun relasi dapat dilakukan dengan beragam interaksi sosial lainnya, salah satunya ialah dengan bergabung kedalam suatu organisasi. Organisasi merupakan suatu wadah dimana orang-orang akan berkumpul dengan membawa satu visi dan berusaha untuk mencapai tujuan secara bersama-sama. Di dalam organisasi terdapat latar belakang anggota yang berbeda-beda dan kondisi yang heterogen pula. Dimana seluruh anggota organisasi sangat sulit untuk diprediksi apabila tidak melaksanakan keterbukaan didalamnya. Maka dari itu dibutuhkan suatu jalinan komunikasi yang efektif didalam internal organisasi tersebut. Untuk mengefektifkan hal tersebut, di dalam organisasi terdapat struktur manajerial yang akan bertugas untuk mengawasi dan mengarahkan para anggota organisasi tersebut agar tetap bergerak sesuai dengan tujuan dan visi awal mereka.

Sejatinya perkumpulan individu semacam ini telah terjalin sejak jaman dahulu kala, bahkan pada masa lampau manusia bergabung dalam suatu kelompok untuk bekerjasama dalam berburu mencari panganan untuk kebutuhan sehari-hari mereka. Kesamaan tujuan dari masing-masing

individu tersebutlah yang melandasi terbentuknya suatu perkumpulan itu sendiri. Setiap organisasi akan mencita-citakan suatu kesuksesan pada tahap akhir dari apa yang telah mereka rencanakan. Bahkan tak jarang pula terkadang segala rencana yang telah dirancang oleh suatu organisasi akan selalu berkembang dari waktu ke waktu. Hal tersebut dapat dibuktikan oleh banyaknya serikat organisasi yang telah berusia puluhan bahkan ratusan tahun lamanya. Panjang perjalanan organisasi mereka tentunya memiliki manajemen internal yang baik pula, sehingga apapun yang mereka kerjakan akan tetap terarah dari waktu ke waktu dan sesuai dengan tujuan awal organisasi tersebut.

Organisasi sendiri terkategori menjadi dua yaitu organisasi sosial dan organisasi formal. Organisasi sosial biasanya diisi oleh perkumpulan orang-orang dengan tujuan untuk memperbaiki dan mengawasi ragam pergerakan fenomena yang terjadi di lingkungan sosial masyarakat seperti berfokus pada budaya, kebersihan lingkungan, politik, dan kesehatan. Sedangkan organisasi formal biasanya diisi oleh organisasi yang dilatarbelakangi oleh ekonomi dan bisnis. Organisasi formal memiliki banyak macam bentuknya, salah satunya ialah organisasi pekerjaan. Organisasi ini biasanya akan berbentuk sebagai suatu birokrasi, lembaga, perusahaan, instansi, dan satuan kerja lainnya. Organisasi yang mempekerjakan banyak orang ini biasanya akan memiliki tanggung jawab dan fokus bidang kerja yang jauh lebih luas dibanding organisasi lainnya.

Indonesia sebagai suatu negara yang menjunjung tinggi demokrasi, didalamnya terdapat beragam organisasi yang berdiri, bahkan untuk organisasi kemasyarakatan di Tanah Air, Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia pada Bulan Juli 2019 lalu mencatat sebanyak 420.381 organisasi masyarakat yang terdaftar di Indonesia.¹ Lain dari itu untuk organisasi perusahaan di Indonesia, Badan Pusat Statistik Indonesia mencatat sebanyak 30.115 organisasi perusahaan bergerak di industri besar dan sedang.² Sedangkan untuk jumlah organisasi industri mikro dan kecil tercatat sebanyak 4.380.176 pada tahun 2019 lalu.³ Lalu peneliti mencoba mengakumulasikan jumlah organisasi industri tersebut, maka peneliti mencatat sebanyak 4.410.291 organisasi industri yang berada di Indonesia. Angka fantastis ini bahkan masih terus bertambah sesuai dengan kebutuhan perkembangan zaman yang ada, angka ini pun disesuaikan pula pada angka produktifitas masyarakat kita yang dari waktu ke waktu terus bergerak. Indonesia yang di Tahun 2020 ini mencatat sebagai negara berpenduduk terbanyak ke-empat di dunia, maka sudah sewajarnya apabila membutuhkan sebanyak mungkin peluang keterbukaan organisasi industri penyedia lapangan kerja guna menekan laju angka pengangguran. Berdasarkan pada Sensus Kependudukan Tahun 2020 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik Indonesia tercatat jumlah penduduk di Indonesia sebanyak 270,20 juta jiwa.

¹ <https://www.kemendagri.go.id/berita/baca/22589/Lebih-dari-400-Ribu-Ormas-Terdaftar-di-Indonesia> (Diakses pada 12 Maret 2021)

² <https://www.bps.go.id/indicator/9/200/1/jumlah-perusahaan-ibs-kbli-2009-.html> (Diakses pada 12 Maret 2021)

³ <https://www.bps.go.id/indicator/170/440/1/jumlah-perusahaan-menurut-provinsi.html> (Diakses pada 12 Maret 2021)

Organisasi industri yang berkembang di Indonesia diyakini pada Tahun 2021 ini telah bertambah, terutamanya lagi organisasi industri mikro dan kecil. Hal ini disebabkan oleh timbulnya pandemi Covid-19 yang menimpa dunia di sepanjang Tahun 2020 kemarin, bahkan hingga saat ini penyebaran virus corona masih belum terhenti. Akibatnya banyak masyarakat yang mulai menjajaki usaha kecil guna menggerakkan perekonomian mereka. Hal ini didukung pula oleh upaya vaksinasi Covid-19 yang mulai digencarkan oleh pemerintah, terutamanya bagi para pekerja sektor publik. Seiring berkembangnya waktu organisasi industri mikro dan kecil ini berupaya untuk mengoptimalkan diri melalui upaya manajemen organisasi didalamnya. Maka dari itu dalam organisasi seperti ini dibutuhkan tingkat manajerial struktur yang matang serta diiringi pula oleh langkah-langkah teoretis menurut pada ilmu keorganisasian yang telah ada.

Manajemen organisasi merupakan aspek penting bagi suatu organisasi dalam menjalankan fungsi internalnya. Melalui tindakan manajemen organisasi yang baik, maka akan semakin memudahkan tercapainya cita-cita dan tujuan yang dimiliki oleh organisasi itu sendiri. Di lain sisi manajemen organisasi akan berdampak pada bagaimana anggota organisasi akan bekerja secara optimal guna memenuhi upaya pencapaian tujuan organisasi itu sendiri. Banyak aspek yang dapat dilakukan dalam manajemen organisasi yang baik, salah satunya upaya komunikasi yang baik didalamnya. Tindakan komunikasi organisasi yang baik ialah yang berupaya menjalin hubungan interaksi timbal balik antar sesama anggota didalam

organisasi, maupun pimpinan dan anggota organisasi itu sendiri. Tindakan komunikasi yang seperti ini diyakini akan mendukung terbentuknya iklim organisasi yang sehat dan kompetitif.

Organisasi sebagai suatu kesatuan sistem kerjasama terbentuk dengan dilandasi oleh kesamaan visi dan misi. Iklim organisasi dapat ditemui dimanapun, terutamanya lagi pada bidang usaha yang membentuk dunia pekerjaan didalamnya. Saat ini industri UMKM pun mulai memberikan kontribusi bagi dunia pekerjaan yang mana turut menyediakan lapangan pekerjaan bagi yang membutuhkan. Di masa pandemi saat ini kebutuhan akan ketersediaan lapangan kerja semakin meningkat tajam, hal ini seiring dengan banyaknya pemutusan hubungan kontrak dengan para pekerja yang dilakukan oleh sektor perusahaan swasta. Disamping itu di era serba digital saat ini, perusahaan rintisan yang belum beroperasi secara lama atau kini dikenal sebagai perusahaan *start up* pun mulai bermunculan. Fleksibilitas dari sistem kerja perusahaan *start up* yang turut melatarbelakangi lahirnya *coworking space* di Indonesia saat ini, salah satunya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Fenomena *coworking space* mulai lahir di Yogyakarta seiring dengan banyaknya perusahaan rintisan mulai menjajal kota pelajar ini. *Coworking space* sendiri merupakan suatu ruangan kerja yang mengedepankan konsep berbagi dengan pengguna lainnya. Yogyakarta sebagai suatu daerah yang populasi anak mudanya cukup tinggi ini dinilai sebagai suatu potensi pasar dari adanya *coworking space* itu sendiri. Para

pemilik *coworking space*, tidak hanya menargetkan para pekerja lepas atau *freelance* sebagai pasar mereka, tetapi juga para pelajar terutamanya mahasiswa-mahasiswa yang ada di Yogyakarta. Kehadiran dari *coworking space* ini pun seolah melengkapi maraknya pertumbuhan kedai kopi di Yogyakarta. Bahkan hampir disetiap sudut jalan di Yogyakarta terdapat satu atau dua kedai kopi yang berdekatan.

Berdasarkan observasi sekilas yang peneliti lakukan, banyak masyarakat di rentan usia 16-30 Tahun yang bermukim di Yogyakarta yang menggunakan fasilitas *coworking space* sebagai sarana aktivitas belajar dan bekerja. Bagi para pelajar atau mahasiswa maka biasanya melakukan kegiatan pembelajaran di masa pandemi saat ini dengan memanfaatkan fasilitas *coworking space* tersebut. Begitu pula bagi para pekerja yang sedang melakukan aktivitas kerja *work from home*, kerap menyelesaikan pekerjaannya di fasilitas *coworking space* ini.

Sinergi *Coworking Office Space* atau yang selanjutnya disebut sebagai Sinergi ialah salah satu *coworking space* yang berada di Yogyakarta, tepatnya di kawasan Demangan. Sinergi *Coworking Office Space* menyediakan layanan penyewaan ruangan kerja atau tempat bekerja dan belajar bagi siapapun. Disamping itu Sinergi bukan hanya menyediakan tempat untuk bekerja melainkan juga menyediakan layanan penjualan makanan dan minuman untuk mendampingi siapapun yang akan bekerja disana. Sinergi menghadirkan suasana semi *indoor* yang mana menggabungkan antara suasana luar ruangan dan dalam ruangan dengan

mengedepankan konsep ramah lingkungan. Hal ini tercermin dari suasana tempat Sinergi yang ditumbuhi banyak tanaman disekelilingnya.

Sebagai salah satu industri dan organisasi, Sinergi pun memiliki iklim organisasi perusahaan didalamnya, yang mana hal ini didasari oleh adanya struktur organisasi kerja yang jelas di tubuh Sinergi. Berdiri sejak Tahun 2018 lalu, Sinergi berupaya mengembangkan sayap mereka, tak hanya untuk menjangkau pelanggan lebih banyak lagi, melainkan juga bagaimana berkontribusi secara nyata kepada masyarakat terutamanya lagi para pelanggan setia Sinergi itu sendiri.

Sinergi sebagai *coworking space* lokal yang bertransformasi dari pusat jajanan serba selera menjadi suatu layanan penyedia tempat untuk bekerja membuktikan bahwa organisasi ini bersifat adaptif dan menyesuaikan pada perkembangan zaman saat ini. Kepekaan dari pendiri Sinergi untuk melihat potensi dan celah keuntungan menjadikan Sinergi sebagai salah satu pusat *coworking space* yang cukup terkenal di kalangan generasi milenial di Yogyakarta. Dengan kemampuan beradaptasi tersebut, yang turut membuktikan bahwa manajemen Sinergi memiliki pengelolaan yang baik. Tetapi dibalik manajemen yang baik, perlu dikaji kembali apakah sistem komunikasi yang dibangun didalamnya telah berlangsung dengan baik, sesuai dengan apa yang ditampilkan kepada publik. Berangkat dari hal tersebut yang kemudian melandasi peneliti untuk mengkaji bagaimana proses komunikasi didalam tubuh manajemen Sinergi *Coworking Space*.

B. Rumusan Masalah

Didasari pada kajian awal penelitian yang dilakukan oleh peneliti ketika berkunjung ke Sinergi *Coworking Office Space*, yang mana Store Manager dari Sinergi tersebut mengatakan bahwa, kini Sinergi masih membutuhkan kritik dan saran terutamanya dalam pengelolaan manajemen komunikasi mereka. Langkah tersebut dibutuhkan Sinergi untuk menjadikan Sinergi lebih baik lagi kedepannya. Berdasar dari temuan tersebut yang melandasi peneliti untuk melakukan kajian penelitian terhadap sistem manajemen komunikasi organisasi didalam tubuh manajemen Sinergi *Coworking Office Space* Yogyakarta. Selanjutnya yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini ialah “Bagaimana manajemen komunikasi organisasi yang terjadi pada manajemen Sinergi *Coworking Office Space* Yogyakarta?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan manajemen komunikasi yang terjadi di dalam tubuh manajemen Sinergi *Coworking Office Space* Yogyakarta. Selain itu melalui penelitian ini pula diharapkan dapat menjadi kajian referensi bagi organisasi industri lainnya, terutama yang bergerak dibidang pelayanan publik untuk dapat melakukan upaya pengembangan manajemennya masing-masing. Serta melalui penelitian ini pula dapat menjadi landasan awal bagi insan akademis lainnya untuk melakukan penelitian serupa secara mendalam.

D. Manfaat Penelitian

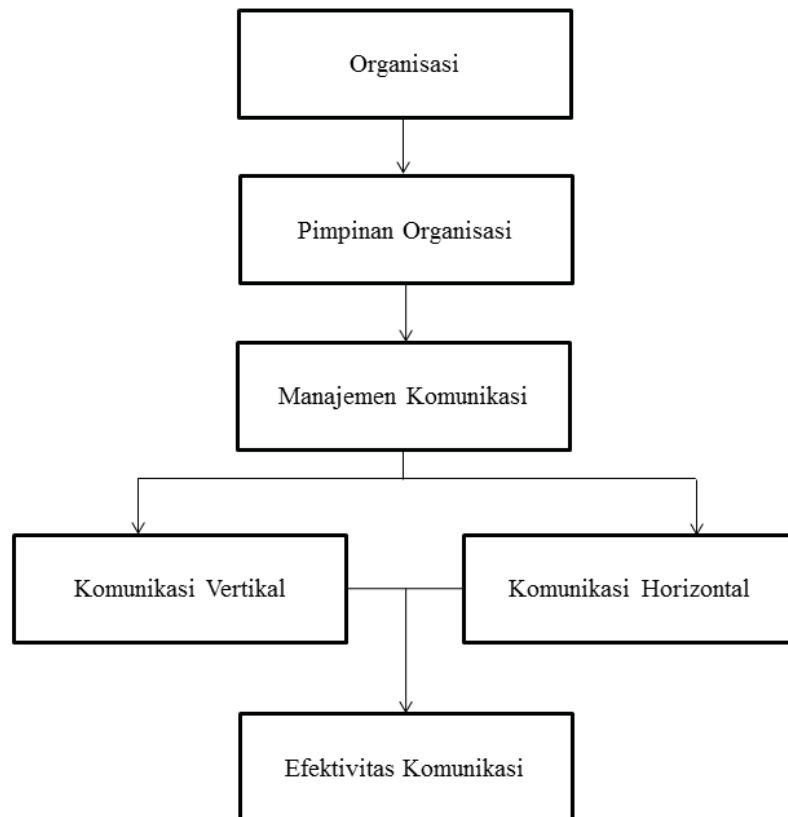
1. Manfaat Akademis

Penelitian ini secara akademis bermanfaat untuk pengembangan kajian dalam khasanah ilmu komunikasi, terutamanya dalam hal manajemen komunikasi didalam organisasi formal.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi organisasi terkait dalam pengembangan manajemen organisasi untuk menjadi lebih baik lagi kedepannya. Selain itu penelitian ini juga bermanfaat bagi peneliti dalam memahami alur komunikasi di lingkungan kerja.

E. Kerangka Penelitian



Gambar 1.1
Tabel Kerangka Penelitian

F. Definisi Operasional

1. Organisasi

Organisasi diartikan sebagai suatu perkumpulan orang yang dibentuk dan membentuk sebagai satu kesatuan dengan kesamaan tujuan yang telah ditentukan sejak awal, dalam penelitian ini organisasi disimbolkan oleh Sinergi *Coworking Office Space*.

2. Pimpinan Organisasi

Pimpinan organisasi merupakan orang yang bertindak sebagai pimpinan dari struktur organisasi yang akan bekerja untuk mengarahkan serta mengontrol anggota organisasi untuk mencapai visi misi organisasi.

3. Manajemen Komunikasi

Manajemen komunikasi didefinisikan sebagai suatu tindakan mengatur dan mengontrol proses komunikasi didalam organisasi dengan tujuan agar alur atau proses komunikasi berjalan dengan lancar dan efektif yang dilakukan dan ditentukan oleh pimpinan organisasi.

4. Komunikasi Vertikal dan Komunikasi Horizontal

Komunikasi vertikal dan horizontal merupakan pola komunikasi yang dibentuk oleh pimpinan organisasi kepada anggotanya maupun antar anggota didalam organisasi.

5. Efektivitas Komunikasi

Efektivitas komunikasi merupakan hasil akhir dalam melihat apakah upaya manajemen komunikasi yang berlangsung, telah berjalan dengan baik atau justru sebaliknya.

G. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Dalam kajian penelitian ilmiah tentunya tidak dilangsungkan secara sembarangan, melainkan harus menghasilkan olahan data yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk itu pada penelitian ilmiah disusun beragam metode yang menjadi acuan atau indikator dalam meneliti suatu topik untuk mendapatkan hasil penelitian yang sempurna. Salah satu langkah awal dalam melakukan kajian penelitian ilmiah ialah menentukan paradigma pada penelitian tersebut. Menurut Harmon, paradigma merupakan cara mendasar untuk melakukan persepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu yang secara khusus tentang realitas.⁴ Disamping itu Baker mengartikan paradigma sebagai seperangkat aturan yang membangun atau mendefinisikan batas-batas dan menjelaskan bagaimana sesuatu harus dilakukan dalam batas-batas itu agar berhasil.⁵ Melalui definisi tersebut dapat dipahami bahwa dalam penelitian ilmiah untuk memberikan penilaian atas kajian suatu objek diperlukan indikator paradigma yang akan membatasi penilaian tersebut, sehingga nantinya hasil olahan data penelitian akan bersifat objektif, terstruktur, dan tidak bias. Dalam penelitian ilmiah sendiri terdapat beberapa paradigma yang menjadi indikator penelitian yaitu paradigma positivisme, paradigma interpretif, dan paradigma kritis.

⁴ Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya. Hlm 49

⁵ *Ibid.*

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan paradigma interpretif sebagai cara pandang dalam melakukan kajian penelitian ilmiah ini kedepannya. Paradigma pendekatan interpretif diartikan sebagai sebuah sistem sosial yang memaknai perilaku secara detail dan langsung mengobservasi.⁶ Pendekatan interpretif memang diinisiasi dan seringkali digunakan penelitian berbasis kualitatif. Hal ini disebabkan oleh pendekatan interpretif yang sangat bersinggungan pada kajian deskriptis atau pendalaman objek sosial. Maka dari itu peneliti memilih pendekatan interpretif karena hubungan antara kajian penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam memahami proses manajemen komunikasi organisasi didalam tubuh manajemen Sinergi *Coworking Office Space* dan proses eksplorasi data atau mendalami data tersebut.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan.⁷ Penelitian ilmiah membutuhkan metode penelitian yang menjadi acuan dalam hal proses observasi kedepannya. Pada penelitian kali ini, jenis pendekatan yang digunakan berdasarkan pada himpunan jenis data yang ada ialah penelitian dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif didefinisikan oleh Bogdan dan Taylor sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis

⁶ Newman, LW. 2000. *Social Research Methods Qualitative and Quantitative*. Hlm. 68

⁷ Sukandarrumidi. 2006. *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta. Hlm 111

atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁸ Hal ini selaras dengan apa yang akan peneliti lakukan, dimana nantinya peneliti akan menghimpun data deskriptif mengenai bagaimana proses manajemen komunikasi yang berlangsung didalam tubuh manajemen *Sinergi Coworking Office Space* Yogyakarta.

3. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini sejatinya dilakukan lebih awal dari durasi awal penelitian, dimana pada sebelumnya peneliti melakukan pra-riset. Penelitian ini berlangsung dalam kurun bulan Mei hingga Juli 2021 atau dalam kurun waktu penelitian 100 hari. Pemilihan periode waktu penelitian ini dikarenakan pada kurun waktu tersebut, upaya pemulihan masa pandemi pun mulai berlangsung, dimana vaksinasi telah dimulai dan segala tindakan pemulihan ekonomi pun turut mengikutinya.

Penelitian ini dilaksanakan di *Sinergi Coworking Office Space* Yogyakarta yang beralamat di Jalan Cendrawasih No. 32B, Demangan, Yogyakarta. Dimana peneliti telah mengunjungi lingkungan kerja tersebut untuk melihat secara langsung mengenai situasi lingkungan kerja yang ada dan mendokumentasikannya untuk digunakan sebagai bahan penelitian. Disamping itu, kunjungan ke kantor *Sinergi Coworking Office Space* Yogyakarta juga dilakukan untuk menghimpun informan penelitian yang bersedia diwawancarai sebagai kajian utama dari penellitian kali ini.

⁸ Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Bandung. Hlm 9

4. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ilmiah akan meliputi unsur subjek dan objek sebagai kajian utama yang menjadi pokok penelitian ini. Subjek penelitian dapat diartikan sebagai sumber data yang dapat memberikan penjelasan berupa informasi mengenai masalah yang bersinggungan atau berkaitan langsung dengan penelitian yang sedang dilakukan. Secara praktisnya, subjek penelitian dapat diartikan sebagai narasumber atau informan yang nantinya akan dimintai jawaban mengenai kebutuhan penelitian ini. Maka dari itu pada penelitian kali ini yang menjadi subjek penelitian sekaligus narasumber wawancara ialah:

- 1) Niken Dita Kartika selaku General Manager
- 2) Fariz Iqbal Tawakkal selaku Supervisor
- 3) Wiwid Tri Utami selaku Receptionist
- 4) Kezia D Pakiding selaku Barista Sinergi
- 5) Putri Zelfa Salsabila selaku Crew

b. Objek Penelitian

Sebagai unsur yang saling berkaitan satu sama lain, subjek dan objek penelitian dapat disimbolkan layaknya dua sisi mata uang. Apabila subjek membicarakan mengenai narasumber atau informan, maka objek penelitian ditujukan kepada keseluruhan dari hal yang akan diteliti. Dilansir dari Kamus Besar Bahasa Indonesia,

objek diartikan sebagai hal, perkara, atau orang yang menjadi pokok pembicaraan. Maka dari itu pada penelitian kali ini, objek penelitian ialah deskripsi proses manajemen komunikasi organisasi yang berlangsung didalam tubuh manajemen Sinergi *Coworking Office Space* Yogyakarta. Hal ini ditentukan sebab proses tersebut merupakan fokus utama dari penelitian yang berlangsung.

H. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ilmiah membutuhkan langkah tersendiri yang telah digunakan secara berulang-ulang dalam mengumpulkan dan menghimpun data-data, baik itu data utama maupun data pendukung. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data berbasis teknik sampel bertujuan atau *purposive sample*. Teknik sampel bertujuan ini diartikan sebagai teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁹ Pertimbangan tertentu ini ditentukan oleh peneliti selaku pemilik ukuran penelitian. Peneliti memilih menggunakan teknik sampel bertujuan dengan alasan agar hasil data yang diperoleh sesuai dengan apa yang dibutuhkan pada penelitian ini, sehingga nantinya perolehan data yang didapat menjadi jauh lebih terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Untuk memperoleh kelengkapan informasi yang sesuai tersebut maka ditentukan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

⁹ Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi*. Alfabeta. Bandung. Hlm 85

1. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang digunakan pertama ialah melalui teknik wawancara. Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara sebagai yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹⁰ Pada penelitian kali ini, peneliti akan berlaku sebagai pewawancara yang kemudian mewawancarai informan terpilih yaitu pimpinan dan karyawan dari Sinergi *Coworking Office Space* Yogyakarta, dalam hal ini yaitu General Manager, Supervisor, Captain, Receptionist, Barista, dan Crew. Teknik wawancara dipilih sebagai teknik utama pengumpulan data penelitian ini agar peneliti mampu mengetahui kedalaman informasi yang dibutuhkan secara langsung dari informan terpilih tersebut.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan salah satu langkah dalam menghimpun data penelitian dengan cara mengabadikan melalui gambar dan tulisan yang dilakukan oleh peneliti dan diperoleh dari lingkungan penelitian. Metode dokumentasi diartikan sebagai upaya mencari data yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya.¹¹ Pada penelitian kali ini peneliti akan menghimpun data berupa dokumentasi data-data

¹⁰ Moleong, Lexy J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya. Bandung. Hlm 186

¹¹ Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta. Jakarta. Hlm 206

pendukung penelitian serta gambar lingkungan kerja dari Sinergi *Coworking Office Space* dan rekaman wawancara bersama informan.

3. Observasi

Teknik pengumpulan data yang terakhir yang peneliti gunakan dalam penelitian kali ini ialah observasi. Tindakan observasi atau pengamatan situasi dan lingkungan penelitian merupakan langkah pendukung guna melengkapi dan menyempurnakan perolehan data yang didapat dari dokumentasi dan wawancara. Observasi diartikan sebagai suatu pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis, mengena fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.¹² Teknik observasi nantinya akan berlangsung beriringan dengan upaya pengumpulan data melalui teknik wawancara dan dokumentasi. Pada penelitian kali ini, peneliti berupaya melihat dan memahami dari situasi yang berlangsung selama pengumpulan data penelitian, sehingga nantinya akan menjadi acuan peneliti dalam memaparkan hasil data penelitian serta sebagai salah satu cara memvalidasi atas data penelitian yang diperoleh melalui metode wawancara.

I. Teknik Analisis Data

Setelah memperoleh data-data penelitian, selanjutnya peneliti akan menganalisa data berdasarkan teknik analisis interaktif yang dikemukakan

¹² Subagyo. 1997. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta. Hlm 63

oleh Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga alur kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹³

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tindakan proses pemilihan data yang ada dengan cara memilah, menggolongkan, serta mengarahkan maupun membuang antara data yang penting, perlu digunakan, dan data yang berlebih. Melalui tindakan mengorganisasikan data tersebut maka akan semakin memudahkan proses penarikan kesimpulan nantinya dalam menjawab kajian rumusan masalah penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan paparan data-data yang telah disortir baik primer maupun sekunder yang kemudian selanjutnya dikaji dan dianalisis untuk menemukan deskripsi dari paparan data tersebut. Penyajian data berlangsung dengan memaparkan uraian singkat, menampilkan bagan dan tabel, mengkorelasikan antara hubungan kategori data dan teori ilmiah, serta hasil dari observasi yang dilakukan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari proses analisis data dengan cara menarik benang merah konklusi dari paparan data penelitian. Penarikan kesimpulan menjelaskan secara singkat inti dari penelitian ini dan ditunjang dengan saran bagi objek penelitian kedepannya.

¹³ Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung. Hlm 246-252