



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan kreativitas organisasional dari sudut pandang staf kreatif dan pimpinan kreatif pada perusahaan iklan serta menganalisa perbedaan persepsi antara pimpinan kreatif dengan staf kreatif mengenai determinan kreativitas organisasional pada perusahaan iklan. Sampel penelitian ini berjumlah 74 orang yang terdiri dari 45 staf kreatif dan 29 pimpinan kreatif dari 48 perusahaan iklan di Indonesia. Untuk menjawab penelitian ini dilakukan analisis statistik deskriptif dengan menggunakan software SPSS 20.

Setelah mengurutkan determinan kreativitas berdasarkan mean terbesar hingga terkecil didapatkan hasil penelitian; 1) Dilihat dari pengelompokan determinan kreativitas, baik staf kreatif maupun pimpinan kreatif menilai dukungan atasan dan dukungan tim kerja sebagai determinan kreativitas terpenting, 2) Pada sepuluh urutan tersatas determinan kreativitas dari sudut pandang staf kreatif dan pimpinan kreatif, terdapat perbedaan rincian determinan kreativitas yang dianggap penting, 3) Baik staf kreatif dan pimpinan kreatif memiliki pandangan yang sama mengenai determinan kreativitas yang dianggap tidak berpengaruh dalam mendorong terciptanya kreativitas.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah dengan memperhatikan determinan kreativitas yang dianggap penting bagi tim kreatif, perusahaan dapat mengakomodasi terciptanya situasi yang kondusif bagi tim kreatif untuk menghasilkan ide kreatif.

Kata Kunci: determinan kreativitas, perusahaan iklan



ABSTRACT

This study aims to analyze the determinants of organizational creativity from the perspective of a creative staff and a creative director in an advertising company and to analyze the differences in perception between the creative director and the creative staff regarding the determinants of organizational creativity in advertising companies. The research sample is 74 people consisting of 45 creative staff and 29 creative directors from 48 advertising companies in Indonesia. In order to answer the research problem, a descriptive statistical analysis by SPSS 20 software was used.

After sequencing the determinants of creativity based from the highest to the lowest means, the results are as follows; 1) Based on the grouping of creativity determinants, both the creative staff and the creative directors count on superior support and teamwork support as the most important determinant, 2) In the top ten determinants of creativity from the perspective of the creative staff and the creative directors, there are differences in the details of the determinants that are considered important, 3) The creative staff and the creative directors have the same view regarding the determinants that are not considered influential in encouraging the formation of creativity.

The practical implication of this study is by paying attention to the determinants of creativity that are considered important by the creative team, company can accommodate a creative environment that is conducive for its creative team to generate a creative ideas.

Keywords: determinants of creativity, advertising agency