

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tidak hanya merujuk pada teori dan konsep yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, tetapi juga kepada penelitian-penelitian terdahulu. Sumber penelitian terdahulu dijadikan sebagai referensi dalam penelitian saat ini berasal dari jurnal ilmiah yang relevan. Penelitian terdahulu pertama dibuat oleh Salvador Faria Sequeira Goncalves tahun 2018 yang berjudul “Pola Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Di Gajayana TV”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan studi kasus melalui pengambilan data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini membahas mengenai pola komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai dan faktor-faktor yang menjadi penghambat pola komunikasi organisasi di Gajayana TV. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah pola komunikasi organisasi menurut Pratminingsih (2006) yang meliputi pola Rantai, Lingkaran, Roda, dan Saluran Total, serta teori Motivasi Kerja Karyawan.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pola komunikasi organisasi berdasarkan pola rantai mampu meningkatkan motivasi kerja karyawan dengan memperkuat komunikasi individu yang didasarkan pada saling percaya dan terbuka. Penerapan model komunikasi rantai ini berdasarkan pada sistem penyampaian pesan yang terstruktur yang digunakan oleh Gajayana TV. Selain itu, beberapa faktor penghambat mencakup kesalahan interpretasi pesan oleh penerima serta perbedaan persepsi dalam menginterpretasikan pesan tersebut yang sering kali terkait dengan lamanya masa kerja. Solusi yang diusulkan adalah membangun komunikasi dua arah agar karyawan baru dapat tidak salah dalam menginterpretasikan makna. Penelitian ini ditemukan persamaannya pada aspek komunikasi yang digunakan, yakni penelitian saat ini menggunakan teori pola komunikasi organisasi, teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara, dan

dokumentasi, pendekatan studi kasus, objek televisi, dan menggunakan jenis penelitian kualitatif.

Perbedaan yang terdapat dalam penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu berfokus pada dua hal, yaitu penentuan pola komunikasi yang digunakan dalam meningkatkan motivasi kerja dan faktor penghambat komunikasi, sedangkan dalam penelitian ini sangat berfokus mendalami pada pola dan jenis komunikasi organisasi dan jenisnya yang diterapkan di tim produksi Departemen Music TV dalam mengelola atau menjalankan program televisi. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pola dan jenis komunikasi organisasi menjadi salah satu fokus utama dari organisasi tim produksi televisi, sehingga perlu diadakan dalam penelitian.

Penelitian terdahulu yang kedua dibuat oleh Pandan Yudhapramesti, Deddy Mulyana, Eni Maryani, dan Dian Wardiana Sjachro (2021) yang berjudul “*Communication and Organizational Learning in Adaptation of the Radio Republik Indonesia*”. Penelitian ini berusaha mengidentifikasi dan menggali operasionalisasi komunikasi dalam proses adaptasi organisasi Radio Republik Indonesia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi komunikasi organisasi, adaptasi organisasi, dan hambatan komunikasi. Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati *output* produk dan layanan RRI, seperti program penyiaran dan non-penyiaran, kegiatan rutin organisasi, dan wawancara mendalam dengan informan terpilih. Wilayah utama penelitian observasi adalah stasiun cabang Bandung dengan mempertimbangkan kekuatan sumber daya manusianya, ragam layanan programnya, fasilitas teknologinya yang luas, dan lokasinya yang berada di wilayah dengan tingkat persaingan radio paling ketat di Indonesia. Informan dalam penelitian ini berjumlah 28 orang yang diwawancarai. Informan penelitian yang dipilih adalah para anggota organisasi yang berasal dari bagian Pemrograman dan Produksi (PP), Pusat Penelitian dan Pengembangan Pendidikan dan Pelatihan (Puslitbangdiklat), Bagian Teknologi.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa dinamika arus komunikasi mempengaruhi iklim komunikasi di dalam organisasi. Komunikasi organisasi berlangsung lewat

bermacam cara termasuk sebagai alat untuk memperoleh dan juga menyembunyikan pengetahuan atau informasi di antara staf RRI, komunikasi membantu pemahaman bersama di antara anggota organisasi terhadap fenomena dari berbagai sudut pandang, arus komunikasi berpengaruh terhadap distribusi komunikasi, dan komunikasi mampu mempercepat atau menghambat proses pembelajaran organisasi. Ditemukan persamaan pada penelitian ini, yaitu pada aspek komunikasi yang digunakan, yakni mengacu pada aspek teori komunikasi organisasi, objek media massa, dan penelitian kualitatif.

Perbedaan yang terdapat dalam penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menggunakan paradigma konstruktivistik yang bertujuan untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang kehidupan sosial dan menemukan cara untuk membentuk makna-makna dalam latar belakang alamiahnya. Berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan paradigma post-positivistik yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran riset yang dipengaruhi oleh teori atau penelitian relevan dengan teori yang digunakan. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi organisasi serta jenis komunikasi vertikal dan horizontal yang menjadi salah satu fokus utama dari organisasi tim produksi televisi, sehingga perlu diadakan dalam penelitian.

Penelitian terdahulu yang ketiga dibuat oleh La Ode Muhammad Umran, Muhammad Arsyad, dan La Ode Herman (2023) yang berjudul "*Formal and Informal Communication Network Patterns in Continuing Information Fulfillment Among Urban Television Reporters*". Penelitian ini mengidentifikasi pola jaringan komunikasi formal dan informal dalam melanjutkan pemenuhan informasi di kalangan reporter televisi perkotaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengefektifkan tugas seorang reporter dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat perkotaan, sehingga perlu dibangun jaringan yang kuat dan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan memerlukan normalisasi informasi yang selanjutnya melakukan proses informasi dan mengidentifikasi tingkat keberlanjutan zona perkotaan setiap tahunnya. Penelitian ini memakai metode

kualitatif dengan menggunakan teknik *snowball sampling* dalam menentukan informannya.

Penelitian ini diperkuat dengan melakukan wawancara terhadap reporter aktif di kota Kendari, Sulawesi Tenggara. Lokasi ini dipilih karena melihat perkembangan jaringan komunikasi reporter di Kota Kendari yang semakin luas. Informan dalam penelitian ini sebanyak 10 orang yang terdiri dari reporter Televisi Republik Indonesia Sulawesi Tenggara sebanyak tiga orang, reporter iNews Kendari empat orang, reporter Kompas Televisi tiga orang. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa para reporter menggunakan jaringan komunikasi formal dan jaringan komunikasi informal dalam menjalankan profesinya. Jaringan komunikasi formal dilakukan di dalam internal organisasi biasanya melalui rapat redaksi yang dilaksanakan minimal satu kali dalam sehari. Jaringan komunikasi formal seorang reporter juga saling terhubung dengan pemimpin redaksi lainnya (pemimpin redaksi, wakil pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaksi, reporter, dan sebagainya) melalui grup WhatsApp.

Pola komunikasi yang terjadi di stasiun Kompas TV, Sulawesi Tenggara TV, dan iNews TV kota Kendari merupakan pola komunikasi bintang yang mana pola komunikasi ini semua anggota dapat berkomunikasi dengan siapa saja dari kelompok yang satu ke kelompok yang lain. Disisi lain, dalam jaringan komunikasi yang terbentuk di atas ada peran komunikasi yang meliputi Klik, Pengantin Wanita, Pemimpin Opini, Kosmopolit, dan juga Penjaga Gerbang. Namun, jaringan komunikasi informal dilakukan dengan mengikuti beberapa organisasi dan mengikuti suatu kelompok yang berkaitan dengan bidang pekerjaannya. Pola jaringan komunikasi informal reporter Kompas Televisi Kendari, Televisi Republik Indonesia Sulawesi Tenggara, dan iNews Televisi Kendari menggunakan model jaringan yang sesuai dalam jaringan komunikasinya, yaitu jaringan *All-Way Communication*.

Penelitian ini ditemukannya persamaan pada aspek penggunaan pola komunikasi organisasi, menggunakan objeknya televisi, dan jenis penelitian kualitatif. Terdapat beberapa perbedaan yang terdapat dalam penelitian terdahulu

dan penelitian ini yang pertama terletak pada fokus penelitian yang mana penelitian terdahulu lebih kepada pola komunikasi organisasi reporter di tiga stasiun televisi kota Kendari dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat perkotaan, sedangkan penelitian ini lebih berfokus mendalam terhadap pola dan jenis komunikasi organisasi tim produksi Departemen Music TV dalam program televisi FWB. Kedua, teknik pengambilan sumber data yang mana penelitian terdahulu menggunakan teknik *Snowball Sampling*, sedangkan penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Ketiga, teknik analisis data dari penelitian terdahulu terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan awal, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Pattern Matching*. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi organisasi serta jaringan komunikasi formal dan informal yang menjadi salah satu fokus utama dari organisasi tim produksi televisi, sehingga perlu diadakan dalam penelitian.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan	Teori & Konsep	Metode Penelitian	Fokus Penelitian		Hasil Penelitian
						Persamaan	Perbedaan	
1.	Salvador Faria Sequeira Goncalves (2018)	Pola Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Di Gajayana TV	Mengetahui pola komunikasi organisasi dan mengidentifikasi faktor-faktor yang menghalangi penerapan pola komunikasi organisasi di Gajayana TV dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan.	Pola komunikasi organisasi dan motivasi kerja karyawan	Kualitatif dengan studi kasus	<ul style="list-style-type: none"> - Teori yang digunakan menggunakan teori pola komunikasi organisasi - Teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi - Pendekatan studi kasus - Objeknya media massa berupa televisi - Jenis penelitian kualitatif 	<p>Penelitian terdahulu berfokus pada dua hal, yaitu penentuan pola komunikasi yang digunakan dalam meningkatkan motivasi kerja dan faktor penghambat komunikasi, sedangkan dalam penelitian ini sangat berfokus mendalami pada pola dan jenis komunikasi organisasi dan jenisnya yang diterapkan di tim Departemen Music TV dalam mengelola atau menjalankan program FWB.</p>	<p>Temuan pada penelitian ini terdiri dari dua:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Pola komunikasi organisasi berdasarkan pola rantai mampu meningkatkan motivasi kerja karyawan dengan memperkuat komunikasi individu yang didasarkan pada saling percaya dan terbuka. Penerapan model komunikasi rantai ini berdasarkan pada sistem penyampaian pesan yang terstruktur yang digunakan oleh Gajayana TV. b. Beberapa faktor penghambat mencakup kesalahan interpretasi pesan oleh penerima serta perbedaan persepsi dalam menginterpretasikan pesan tersebut yang sering kali terkait dengan lamanya masa kerja. Solusi yang diusulkan adalah membangun komunikasi dua arah agar karyawan

								baru dapat tidak salah dalam mengintrepretasikan makna.
2.	Pandan Yudhapramesti, Deddy Mulyana, Eni Maryani, dan Dian Wardiana Sjuchro (2021)	<i>Communication and Organizational Learning in Adaptation of the Radio Republik Indonesia</i>	Tujuan dari penelitian ini adalah membantu dalam menggambarkan bagaimana aliran komunikasi diorganisasi RRI dalam membentuk hubungan antaranggota, bagaimana operasional komunikasi organisasi pada proses pembelajaran di organisasi RRI, serta bagaimana proses adaptasi organisasi RRI dalam dinamika pembelajaran organisasi.	Pola komunikasi organisasi, adaptasi organisasi, dan hambatan komunikasi	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> - Teori yang digunakan menggunakan teori komunikasi organisasi - Objeknya media massa - Jenis penelitian kualitatif 	Penelitian terdahulu menggunakan paradigma konstruktivistik yang bertujuan untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang kehidupan sosial dan menemukan cara untuk membentuk makna-makna dalam latar belakang alamiahnya. Berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan paradigma post-positivistik yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran riset yang dipengaruhi oleh teori atau penelitian relevan dengan teori yang digunakan.	Temuan penelitian menunjukkan bahwa dinamika arus komunikasi mempengaruhi iklim komunikasi di dalam organisasi. Komunikasi organisasi berlangsung lewat bermacam cara termasuk sebagai alat untuk memperoleh dan juga menyembunyikan pengetahuan atau informasi di antara staf RRI, komunikasi membantu pemahaman bersama di antara anggota organisasi terhadap fenomena dari berbagai sudut pandang, arus komunikasi berpengaruh terhadap distribusi komunikasi, dan komunikasi mampu mempercepat atau menghambat proses pembelajaran organisasi. Arus komunikasi memegang peranan penting dalam menciptakan bentuk hubungan antar anggota Organisasi RRI. Berbentuk <i>top-down</i> atau <i>bottom-up</i> , arus komunikasi vertikal atau horizontal yang berjalan seimbang akan membangun iklim komunikasi yang kondusif bagi adaptasi organisasi dan sebaliknya. Komunikasi tersebut mengalir untuk menentukan bentuk hubungan antar

								anggota organisasi, baik yang mempunyai persamaan maupun perbedaan hierarki dalam konteks pangkat, jabatan, umur, dan pengalaman. Akhirnya, arus komunikasi akan mempengaruhi iklim dan budaya organisasi.
3.	La Ode Muhammad Umran, Muhammad Arsyad, dan La Ode Herman (2023)	<i>Formal and Informal Communication Network Patterns in Continuing Information Fulfillment Among Urban Television Reporters</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengefektifkan tugas seorang reporter dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat perkotaan, sehingga perlu dibangun jaringan yang kuat dan berkelanjutan.	Pola Jaringan komunikasi, Komunikasi Formal, Komunikasi Informal, informasi berkelanjutan, dan Reporter Televisi Perkotaan	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> - Teori yang digunakan menggunakan pola komunikasi organisasi - Objeknya media massa berupa televisi - Jenis penelitian kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian terdahulu lebih fokus kepada pola komunikasi organisasi reporter di tiga stasiun televisi kota Kendari dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat perkotaan, sedangkan penelitian ini lebih berfokus mendalam terhadap pola dan jenis komunikasi organisasi tim produksi Departemen Music TV dalam program televisi FWB. - Teknik pengambilan 	Temuan penelitian mengungkapkan bahwa para reporter menggunakan jaringan komunikasi formal dan jaringan komunikasi informal dalam menjalankan profesinya. Jaringan komunikasi formal dilakukan di dalam internal organisasi biasanya melalui rapat redaksi yang dilaksanakan minimal satu kali dalam sehari. Jaringan komunikasi formal seorang reporter juga saling terhubung dengan pemimpin redaksi lainnya (pemimpin redaksi, wakil pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaksi, reporter, dan sebagainya) melalui grup WhatsApp. Pola komunikasi yang terjadi di stasiun Kompas TV, Sulawesi Tenggara TV, dan iNews TV Kota Kendari merupakan pola komunikasi bintang di mana pola komunikasi ini semua anggota dapat berkomunikasi dengan siapa saja dari kelompok yang satu ke kelompok yang lain. Namun, jaringan komunikasi informal dilakukan dengan mengikuti beberapa organisasi dan

						<p>sumber data yang mana penelitian terdahulu menggunakan teknik <i>Snowball Sampling</i>, sedangkan penelitian ini menggunakan <i>Purposive Sampling</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Teknik analisis data dari penelitian terdahulu terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan awal, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik analisis data <i>Pattern Matching</i> 	<p>mengikuti suatu kelompok yang berkaitan dengan bidang pekerjaannya. Pola jaringan komunikasi informal reporter Kompas Televisi Kendari, Televisi Republik Indonesia Sulawesi Tenggara, dan iNews Televisi Kendari menggunakan model jaringan yang sesuai dalam jaringan komunikasinya, yaitu jaringan <i>All-Way Communication</i>.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data Olahan Penelitian (2024)

UMIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

Penelitian ini memerlukan teori dan konsep sebagai acuan dalam melakukan penelitian, sehingga di bawah ini adalah teori dan konsep yang dianggap cocok untuk penelitian ini.

2.2.1 Teori Komunikasi

Menurut Kunandar (2019) komunikasi berasal dari bahasa Latin "*communicatio*" yang merujuk pada kemampuan manusia dalam memilih label dan simbol tertentu serta menjelaskan hubungan manusia antara satu sama lain dan dengan dunia sekitarnya. Komunikasi berkaitan dengan kata "*communion*" dan "*community*" yang juga berakar dari bahasa Latin, yakni "*communicare*". Artinya, membuat sesuatu menjadi bersama-sama atau membagi". Oleh karena itu, komunikasi dapat dipahami sebagai suatu proses atau tindakan untuk mentransfer pesan dari suatu pemberi pesan kepada penerima. Komponen-komponen yang cenderung mirip dalam proses komunikasi terdiri dari individu pengirim pesan, isi pesan yang akan dikirimkan, saluran atau media yang digunakan pesan dari pengirim ke penerima, dan penerima pesan. Berhubungan komunikasi bersifat dua arah atau timbal balik, komponen respons (*feedback*) perlu ada dalam proses komunikasi.

Ruben & Stewart (2020) juga menyampaikan bahwa komunikasi diartikan sebagai proses melalui individu-individu dalam hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat dalam membentuk dan merespon pesan-pesan agar mampu berhubungan dengan lingkungan dan sekitarnya. Terdapat empat fundamental dari komunikasi, yaitu komunikasi adalah proses, komunikasi sebagai dasar bagi individu, hubungan, kelompok, organisasi, dan sosial, komunikasi melibatkan penerimaan dan pembentukan pesan, serta komunikasi melibatkan adaptasi dengan manusia dan lingkungan.

2.2.2 Elemen-Elemen Komunikasi

Komunikasi dapat berjalan lancar dipengaruhi oleh unsur-unsur di dalamnya. Elemen-elemen komunikasi dapat diuraikan sebagai berikut (Morissan, 2014):

1. Komunikator

Komunikator merujuk pada sumber atau pengirim informasi yang mampu berupa individu, kelompok, atau organisasi. Singkatnya, pengirim pesan komunikasi.

2. *Encoding*

Encoding merupakan suatu proses komunikator dalam mengemas pesan menjadi simbol atau isyarat untuk dapat dikirim ke komunikan.

3. Komunikan

Komunikan merujuk kepada pihak yang menerima pesan atau informasi dari komunikator. Komunikan juga dapat disebut sebagai penerima, audiens, atau sasaran komunikasi. Komunikan mendengarkan dan menerjemahkan simbol verbal atau nonverbal yang diterima dari pengirim menjadi gagasan yang dapat dipahami (*decoding*).

4. Pesan

Pesan merujuk pada informasi yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima atau seluruh rangkaian informasi yang dikomunikasikan oleh komunikator. Bentuk pesan ialah kata-kata, tulisan, atau ucapan.

5. Media

Media mencakup semua sarana yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.

6. *Decoding*

Suatu proses reaksi penerima pesan dalam menerima pesan dari komunikator yang kemudian komunikan menginterpretasikan simbol menjadi makna. *Decoding* juga diartikan proses pemahaman tentang simbol.

7. Umpan Balik

Umpan balik adalah tanggapan komunikan terhadap pesan yang diterima, baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Umpan balik membantu komunikator memastikan pemahaman pesan oleh komunikan, mengevaluasi efektivitas komunikasi, dan berfungsi

sebagai permulaan siklus baru dalam proses komunikasi, memastikan kelangsungan komunikasi secara berkelanjutan.

8. *Noise*

Sebuah hal yang menjadi pengganggu selama proses berlangsungnya komunikasi.

2.2.3 Tujuan Komunikasi

Proses komunikasi bukan hanya tentang pengertian dan pemahaman antara pihak-pihak yang terlibat, melainkan juga mengenai tujuan dalam berkomunikasi. Terdapat empat tujuan utama dalam komunikasi (Silviani, 2020):

1. Mengubah sikap

Bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan harapan agar mereka merubah sikapnya. Contoh pertama, memberikan informasi tentang bahaya penggunaan obat-obatan terlarang dengan tujuan agar masyarakat tidak menggunakannya. Kedua, guru yang mengingatkan para siswa untuk meninggalkan kebiasaan malas belajar dengan tujuan mengubah sikap malas para siswa.

2. Perubahan pendapat

Menginformasikan kepada masyarakat dengan tujuan untuk mengubah pendapat dan pandangannya terhadap tujuan informasi yang disampaikan.

3. Perubahan perilaku

Memberikan informasi kepada masyarakat dengan harapan agar mereka mengubah perilakunya. Misalnya, memberikan informasi tentang pentingnya mencuci tangan sebelum makan untuk menjaga kesehatan dan mencegah penyakit.

4. Perubahan sosial

Menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan harapan agar mereka mendukung dan berpartisipasi dalam tujuan yang disampaikan.

2.2.4 Pengertian Komunikasi Organisasi

DeVito (2015) mendefinisikan istilah "organisasi" yang berarti sebuah kegiatan yang terstruktur yang dilakukan oleh sekelompok orang yang bekerja sama untuk memperoleh tujuan yang selaras. Fungsi komunikasi antara lain membantu anggota-anggota organisasi mencapai tujuan individu dan organisasi, menanggapi dan mengimplementasikan perubahan dalam organisasi, mengoordinasikan kegiatan organisasi, serta berkontribusi dalam seluruh tindakan organisasi yang bersifat relevan. Organisasi memiliki empat elemen di dalamnya yang terdiri dari terorganisir, sekelompok orang, bekerja sama, dan tujuan yang selaras. Pertama, terorganisir. Kata "terorganisir" mengacu pada fakta bahwa semua organisasi terstruktur dalam beberapa cara. Beberapa diantaranya terstruktur secara kaku yang tampak pada peran dan posisi setiap orang dalam hierarkinya didefinisikan dengan jelas. Organisasi manapun terdapat struktur formal dan informal yang mirip dengan saluran komunikasi.

Kedua, sekelompok orang. Jumlah individu sangat bervariasi dari satu organisasi ke organisasi lainnya, dari tiga atau empat anggota yang bekerja dalam kontak dekat hingga ribuan anggota yang bekerja di berbagai budaya berbeda di seluruh dunia. Ketiga, bekerja sama. Bekerja sama artinya pekerjaan setiap orang saling berkaitan dan terhubung dengan pekerjaan orang lain dalam organisasi. Keempat, tujuan yang jelas. Tujuan yang ingin dicapai setiap orang belum tentu sama, tetapi selaras. Misalnya, tujuan yang paling mudah kita pikirkan ketika memikirkan alasannya seseorang bekerja adalah seseorang mungkin bekerja untuk mendapatkan uang. Namun, orang lain mungkin bekerja untuk mempelajari bisnis tersebut atau untuk memenuhi persyaratan pembebasan bersyarat. Berbagai tujuan ini tidak bertentangan satu sama lain. Terlepas dari motivasi spesifiknya, pekerjaan setiap orang berkontribusi terhadap tujuan organisasi.

Suatu organisasi memiliki karakteristik-karakteristik untuk lebih memahami organisasi pada tingkat yang lebih dalam yang diuraikan berikut (DeVito, 2015)

1. Aturan dan Regulasi

Organisasi memiliki aturan dan regulasi yang dituangkan dalam kebijakan perusahaan, seperti jadwal gaji, cuti liburan, tunjangan kesehatan, penggunaan peralatan kantor, penggunaan sistem email kantor, dan sebagainya.

2. Pembagian Kerja

Organisasi terutama yang berukuran besar mempunyai pembagian kerja yang jelas dan pekerja semakin terspesialisasi. Pekerja bertanggung jawab atas area terbatas dalam suatu perusahaan dan memiliki sistem pembagian kerja masing-masing sesuai dengan peranannya.

3. Sistem Imbalan dan Konsekuensi

Organisasi sangat bergantung pada sistem penghargaan dan hukuman. Pekerja melakukan pekerjaannya yang diharapkan perusahaan dan melakukannya dengan baik tentu akan diberi imbalan berupa bonus, kenaikan gaji, kantor sudut, tempat parkir yang lebih baik, atau promosi. Jika pekerja tidak melakukan pekerjaannya dengan baik, maka kemungkinan besar pekerja tersebut tidak akan mendapatkan bonus atau promosinya dan bahkan mungkin dipecat. Kekuatan untuk memberi penghargaan dan menghukum selalu dikendalikan oleh orang-orang yang berada di atas Anda.

4. Budaya Organisasi

Setiap organisasi mempunyai budayanya sendiri dan begitu pula dengan kelompok budaya lainnya. Suatu organisasi mempunyai ritual, norma, dan aturan komunikasinya sendiri.

Komunikasi organisasi mengacu pada proses penyampaian dan penerimaan pesan baik secara verbal maupun nonverbal yang membawa makna dan terjadi di konteks organisasi. Komunikasi dalam organisasi ini memiliki keterbatasan pada pesan-pesan yang terjadi di dalam lingkungan formal dan informal suatu organisasi. Menurut Pace & Faules (2015), komunikasi dalam organisasi didefinisikan sebagai penampilan dan interpretasi pesan antara unit-unit komunikasi yang ada dalam struktur organisasi. Berdasarkan konteks ini,

organisasi terdiri dari berbagai unit komunikasi yang berkaitan secara hierarki dan memiliki fungsi dalam lingkungan tertentu. Komunikasi organisasi memiliki sifat utama, yakni pembuatan pesan, interpretasi, dan pengelolaan aktivitas anggota di organisasi. Cara komunikasi terjadi dalam organisasi dan makna yang dimiliki sangat bergantung pada persepsi individu terhadap organisasi.

2.2.5 Dimensi Komunikasi Organisasi

Menurut Ruben & Stewart (2020), komunikasi organisasi dapat dikelompokkan menjadi dua alur pesan dalam organisasi, yaitu internal dan eksternal yang diuraikan sebagai berikut:

a. Komunikasi Internal

Menurut Romli (2014), komunikasi internal dalam organisasi merujuk pada pertukaran pesan di antara anggota organisasi untuk kepentingan bersama, seperti komunikasi antara pimpinan dan bawahan, sesama bawahan, dan lainnya. Artinya, proses penyampaian pesan yang terjadi pada jaringan internal atau terjadi di antara anggota organisasi dilakukan demi kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dan bawahan. Pesan dalam organisasi ini dibagi menjadi beberapa aliran yang terdiri dari arus pesan ke bawah, ke atas, horizontal, dan informal.

(1) *Downward Message Flows* (arus pesan ke bawah) merupakan jalur informasi formal yang mengalir dalam organisasi dan berkaitan erat dengan jalur wewenang atau jabatan. Pesan-pesan mengalir ke bawah dari orang-orang yang mempunyai otoritas yang tinggi ke orang-orang dalam organisasi. Pesan yang dikirimkan ke bawah umumnya memiliki satu atau lebih fungsi, yaitu memastikan pekerjaan yang akan dilakukan, memberikan petunjuk tentang cara melakukan suatu tugas pekerjaan, memberikan informasi tentang alasan suatu tugas tertentu perlu dilaksanakan, memberikan arahan info mengenai kebijakan atau

praktik organisasi, memberikan arahan mengenai kinerja pegawai, dan memberikan informasi mengenai organisasi dan tujuannya.

- (2) *Upward Message Flows* atau arus pesan ke atas adalah proses komunikasi disalurkan dari bawahan ke atasan dalam organisasi yang menduduki peran manajerial. Fungsi komunikasi ini antara lain memberikan saran untuk proses keputusan yang akan diambil, memberi nasihat mengenai kebutuhan informasi atasan, menyediakan saluran yang berpotensi konstruktif untuk menyampaikan keluhan dan pengaduan, mengizinkan atasan menilai dampak komunikasi ke bawah sebelumnya, serta memberikan informasi mengenai tingkat penerimaan atasan terhadap informasi.
- (3) *Horizontal Message Flows* atau aliran pesan horizontal merupakan jaringan komunikasi yang mengacu pada keterlibatan orang-orang pada level otoritas yang setara dalam suatu organisasi. Fungsi arus pesan horizontal antara lain mengatur rencana dan pelaksanaan tugas, memberikan solusi masalah secara bersama-sama, menyediakan pengertian bersama, menyelesaikan perbedaan, serta memperkuat hubungan kerja yang mendukung dan produktif.
- (4) *Informal Message Flows* atau arus pesan informal adalah alur yang berbeda dengan kelompok formal, di mana hubungan informal muncul karena kebutuhan pribadi dan sosial para anggotanya. Komunikasi informal muncul sebagai hasil dari kedekatan baik secara fisik maupun sosial. Komunikasi informal cenderung terjadi melalui interaksi langsung atau tatap muka, memungkinkan pesan untuk menyebar dengan cepat, menciptakan kesan kejujuran, saling percaya, keakraban, dan keterbukaan.

b. Komunikasi Eksternal

Alur eksternal merupakan bentuk komunikasi organisasi yang menitikberatkan pada pihak di luar organisasi. Menurut Romli (2014), komunikasi eksternal dalam organisasi mengacu pada interaksi antara

pimpinan organisasi dengan pihak di luar organisasi. Pesan dalam jaringan eksternal ini berkaitan dengan organisasi dan publik lain. Alur eksternal dibagi menjadi *inflow* (arus masuk) dan *outflow* (arus keluar).

(1) *Inflow* berkaitan dengan penelitian dan pengawasan. Arus eksternal mengaitkan organisasi dengan publik dan lingkungan yang lebih besar. Semua kelompok dan organisasi memerlukan dukungan dari berbagai pihak, pemangku kepentingan, atau masyarakat dalam lingkungan yang lebih luas untuk tetap beroperasi dan berkembang. Contohnya, kelompok organisasi bisnis bergantung pada konsumen, rumah sakit bergantung pada pasien dan dokter, biro iklan bergantung pada klien dan masyarakat, surat kabar bergantung pada pelanggan dan pengiklan, dan sebagainya.

(2) *Outflow* berkaitan dengan periklanan, *marketing*, dan HUMAS. Arus eksternal juga dipakai untuk memberikan informasi kepada publik eksternal yang dianggap diinginkan atau diperlukan oleh anggota kelompok atau organisasi. Istilah periklanan, pemasaran, dan hubungan masyarakat mengacu pada aktivitas yang melibatkan transmisi pesan ke lingkungan yang bertujuan untuk memberikan informasi dan secara sistematis memberi pengaruh pada masyarakat dan mungkin melibatkan mereka dalam percakapan.

2.2.6 Jenis-Jenis Komunikasi Organisasi

Menurut Pace & Faules (2015), terdapat jenis-jenis komunikasi organisasi berikut:

1. Komunikasi Ke Bawah (*Downward Communication*)

Komunikasi ke bawah artinya komunikasi yang terjadi dari atasan ke bawahan yang berisi instruksi dan perintah.

2. Komunikasi Ke Atas (*Upward Communication*)

Komunikasi ke atas merupakan komunikasi yang mengalir dari bawahan ke atasan. Sebuah organisasi di dalamnya terdapat setiap anggota tim yang memiliki kemampuan untuk berkomunikasi ke atas. Jenis ini juga berarti bawahan mampu memiliki alasan kuat untuk memberikan atau meminta informasi kepada seseorang yang memiliki otoritas lebih tinggi daripada mereka. Suatu permintaan atau komentar yang ditujukan kepada seseorang dengan otoritas yang lebih tinggi mencirikan esensi dari komunikasi ke atas.

3. Komunikasi Horizontal (*Horizontal Communication*)

Komunikasi horizontal berarti komunikasi yang terjadi di antara anggota organisasi yang berasal dari kedudukan yang sama. Komunikasi horizontal melibatkan pertukaran informasi antar rekan-rekan selevel yang berada dalam lingkup kerja yang sama. Unit kerja ini terdiri dari individu-individu yang menempati tingkat otoritas yang serupa dalam struktur organisasi dan memiliki atasan yang sama.

4. Komunikasi Lintas Saluran (*Diagonal Communication*)

Komunikasi lintas saluran (diagonal) artinya proses komunikasi yang mengalir dari individu yang tidak berada di level atau jabatan yang sama dan tidak mempunyai hubungan langsung dilihat dari hierarki organisasi. Jenis komunikasi ini mampu memotong garis vertikal dan horizontal.

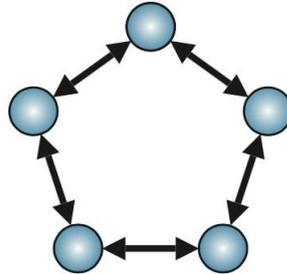
2.2.7 Pola Komunikasi Organisasi

Menurut DeVito (2015), pola komunikasi terbagi dalam beberapa bagian berikut:

1. Pola Komunikasi Melingkar (*Circle Communication*)

Pola komunikasi organisasi yang mengadopsi pola Melingkar yang memperlihatkan seluruh anggota untuk berkomunikasi dengan anggota yang lain dengan dua anggota di kedua sisi atau sebelahnya. Pola ini tidak memiliki pemimpin yang jelas karena semua anggota mempunyai

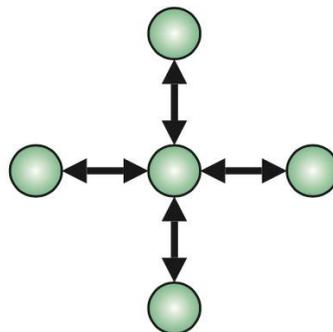
posisi yang setara dan semua anggota mempunyai wewenang atau kekuasaan yang sama untuk mempengaruhi kelompok.



Gambar 2.1 Pola Komunikasi Melingkar

2. Pola Komunikasi Roda (*Wheel Communication*)

Pola komunikasi organisasi yang mengadopsi pola roda mempunyai pemimpin sebagai posisi utamanya dan mempunyai kendali terhadap proses penyampaian informasi atau pesan, sehingga segala informasi dalam organisasi wajib disampaikan kepada pimpinan atau atasan terlebih dahulu. Instruksi, laporan, perintah, serta pengawasan kinerja pada pola ini berfokus pada pemimpin atau atasan dengan empat bawahan atau lebih, serta anggota tidak boleh berkomunikasi secara langsung satu sama lain.

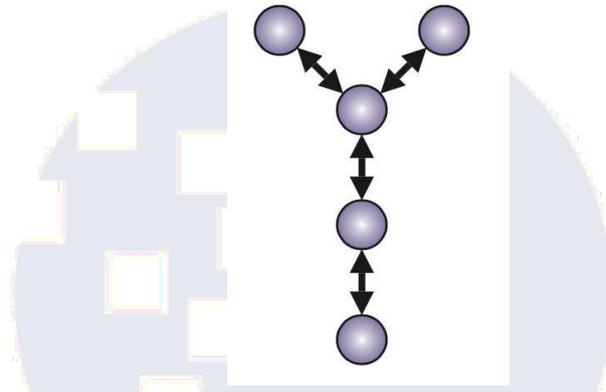


Gambar 2.2 Pola Komunikasi Roda

3. Pola Komunikasi Y (*Inverted Y Communication*)

Pola komunikasi organisasi "Y" mempunyai atasan atau pimpinan yang jelas. Tiap anggota mampu memberi dan menerima pesan dari dua orang lainnya. Pola Y terdiri dari empat tingkatan termasuk satu *supervisor*

dengan dua bawahan dan dua atasan yang mampu berasal dari divisi atau departemen yang berbeda. Pola komunikasi ini mengilustrasikan situasi di mana individu dapat menerima dan menyampaikan pesan dari dua orang lainnya dan ketiga anggota lainnya memiliki komunikasi yang terbatas hanya dengan satu orang lainnya.



Gambar 2.3 Pola Komunikasi Y

4. Pola Komunikasi Rantai (*Chain Communication*)

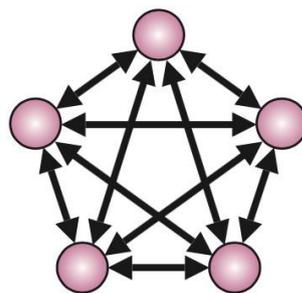
Pola komunikasi rantai pesan hanya dapat dikirim ke orang di sebelahnya. Artinya, pola ini tampak pada sebuah kelompok yang hanya mengizinkan tiap-tiap anggotanya untuk berkomunikasi hanya dengan satu anggota lain yang kemudian anggota itu akan menyampaikannya ke anggota lainnya lagi hingga seterusnya ke orang terakhir. Pola ini terdapat seseorang di posisi tengah yang menerima lebih banyak pesan daripada posisi akhir dan memegang peran penting sebagai pemimpin dibandingkan dengan anggota yang lain. Setelah itu, anggota yang berada pada posisi paling ujung rantai hanya berkomunikasi dengan satu individu saja. Pola rantai ini memiliki lima tingkatan dalam struktur dan mengenal komunikasi ke atas dan ke bawah.



Gambar 2.4 Pola Komunikasi Rantai

5. Pola Komunikasi Bintang atau Semua Saluran (*All Channel Communication*)

Komunikasi organisasi dalam pola bintang atau pola ke semua saluran menunjukkan bahwa setiap anggota memiliki akses untuk berkomunikasi dengan anggota lainnya, sehingga semua anggota dapat berpartisipasi secara maksimal. Pola ini tidak memiliki pemimpin, tetapi setiap individu memiliki kesempatan untuk mengambil peran kepemimpinan. Setiap anggota memiliki kebebasan untuk berkomunikasi dengan siapapun termasuk pimpinan dan sebaliknya. Semua anggota memiliki kemampuan yang setara untuk memengaruhi orang lain. Maka dari itu, setiap anggota organisasi dapat terlibat secara aktif.



Gambar 2.5 Pola Komunikasi Bintang

2.2.8 Aspek-Aspek Komunikasi Organisasi

Menurut Siregar et al., (2021), komunikasi organisasi terdiri dari aspek-aspek berikut:

a. Proses (*Process*)

Sebuah organisasi dilihat sebagai sistem yang terbuka dan dinamis yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran pesan antara anggotanya. Disebut sebagai sebuah proses karena proses penciptaan dan pertukaran berlangsung secara berkelanjutan dan terus-menerus tanpa henti.

b. Pesan (*Message*)

Pesan merujuk pada rangkaian simbol yang memiliki makna tentang individu, objek, dan peristiwa yang dibentuk dari interaksi bersama orang lain.

c. Jaringan (*Network*)

Di sebuah organisasi terdapat individu yang mengemban posisi tertentu. Pertukaran pesan antara individu-individu ini terjadi melalui jalur komunikasi yang disebut sebagai jaringan komunikasi.

d. Keadaan Saling Tergantung (*Interdependence*)

Salah satu konsep kunci dalam komunikasi organisasi adalah adanya ketergantungan antara bagian-bagian yang satu dengan yang lainnya. Hal ini adalah sifat alami dari sebuah organisasi sebagai sistem terbuka.

e. Hubungan (*Relationship*)

Organisasi adalah sistem terbuka yang terdiri dari sistem kehidupan sosial, sehingga hubungan antara individu manusia dalam organisasi menjadi penting karena fungsinya menjalankan fungsi bagian-bagian itu berada di tangan manusia.

f. Lingkungan (*Environment*)

Lingkungan melingkupi semua faktor sosial dan fisik yang dipertimbangkan dalam *decision-making* tentang individu dalam sebuah sistem.

g. Ketidakpastian (*Uncertainty*)

Ketidakpastian merujuk pada perbedaan antara informasi yang ada dengan informasi yang diharapkan. Contohnya, organisasi membutuhkan informasi tentang aturan pemerintah yang mempengaruhi produksi barang mereka.

h. Kompleksitas

Organisasi yang melibatkan dua orang atau lebih yang terorganisir dalam unit berdasarkan bidang dan fungsinya.

2.2.9 Jenis Stasiun Penyiaran

Menurut Morissan (2018), Undang-Undang Penyiaran di Indonesia menjelaskan bahwa stasiun penyiaran dikategorikan menjadi empat jenis yang berlaku untuk televisi dan radio berikut:

a. Stasiun Penyiaran Swasta

Menurut peraturan yang ada dalam undang-undang penyiaran, stasiun penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang memiliki sifat komersial berbadan hukum Indonesia yang fokus pada jasa penyiaran radio atau televisi. Stasiun penyiaran swasta ini didirikan dengan modal dari warga negara atau badan hukum Indonesia dan bertujuan mengejar keuntungan dari iklan dan usaha sah lainnya. Siaran dilakukan melalui sistem terestrial atau satelit baik analog maupun digital, serta dapat menggunakan saluran *multipleksing*.

b. Stasiun Penyiaran Berlangganan

Stasiun penyiaran berlangganan di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 32/2002 dan Peraturan Pemerintah No. 52 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Berlangganan. Stasiun ini harus berbentuk badan hukum Indonesia dan fokus pada jasa penyiaran berlangganan yang disalurkan secara khusus kepada pelanggan lewat televisi, radio, multimedia, atau media lainnya. Terdapat tiga jenis stasiun berlangganan, yaitu melalui satelit, kabel, dan terestrial. Saat ini, televisi berlangganan tidak hanya melalui kabel, tetapi juga melalui *direct broadcasting satellite* (DBS) yang merupakan operator televisi kabel yang mengumpulkan program-program dari televisi kabel dan menawarkannya dalam bentuk paket kepada pelanggan. Hal ini memungkinkan pelanggan mengakses sinyal langsung ke satelit.

c. Stasiun Penyiaran Komunitas

Stasiun penyiaran komunitas berbentuk badan hukum Indonesia dan didirikan oleh komunitas tertentu. Stasiun ini bersifat independen dan

non-komersial dengan daya pancar rendah dan jangkauan wilayah terbatas untuk melayani kepentingan komunitasnya. Stasiun ini didirikan tidak untuk mencari keuntungan atau tidak menjadi bagian Perusahaan yang mencari keuntungan semata. Stasiun komunitas adalah sebuah lembaga nonpartisipan yang didirikan oleh warga negara Indonesia dan berwujud hukum koperasi atau perkumpulan dan dibiayai oleh anggota komunitas. Stasiun komunitas ini mendapatkan sumber biaya dari sponsor, sumbangan, serta sumber lain yang bersifat sah dan tidak mengikat.

d. Stasiun Penyiaran Publik

Stasiun penyiaran publik berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, non-komersial, dan berfungsi melayani kepentingan masyarakat. Contohnya, stasiun penyiaran publik terdiri dari Radio Republik Indonesia atau RI dan Televisi Republik Indonesia atau TVRI yang mana pusat stasiun penyiarannya bertempat di Jakarta. Stasiun penyiaran publik lokal juga dapat didirikan di tingkat provinsi, kabupaten, atau kota.

2.2.10 Program Televisi

Menurut Morissan (2018), istilah "program" memiliki asal usul dari bahasa Inggris "*programme*" atau "program" yang artinya acara atau rencana. Menurut Undang-Undang Penyiaran Indonesia, istilah "program" tidak digunakan untuk menyebut acara, melainkan istilah "siaran" yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan. Meski begitu, dalam dunia penyiaran di Indonesia, kata "program" lebih umum digunakan daripada "siaran" untuk merujuk pada konsep acara. Program diartikan sebagai segala sesuatu yang disajikan oleh stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiens. Program dapat dianggap sebagai sebuah produk atau layanan yang dijual kepada pihak lain, seperti audiens dan pengiklan. Program atau acara yang disajikan menjadi faktor penting yang menarik minat audiens untuk mengikuti siaran televisi, baik itu di radio maupun televisi. Oleh karena itu, program dianggap sebagai produk yang diinginkan oleh orang-orang, sehingga mereka bersedia mengikutkan diri.

Jenis-jenis program yang disajikan oleh stasiun televisi sangat beragam dan bervariasi setiap harinya. Semua hal dapat diangkat sebagai program selama mampu menarik minat dan disukai oleh penonton, serta tidak melanggar norma hukum, moral, dan regulasi yang berlaku. Pengelola stasiun penyiaran memiliki kebutuhan untuk memiliki sebanyak mungkin kreativitas agar dapat menciptakan beragam program yang menarik. Program-program tersebut umumnya terbagi ke dalam dua kategori utama, yaitu program informasi (berita) dan program hiburan (Morissan, 2018). Program informasi dikelompokkan menjadi *hard news* yang fokus pada laporan berita terkini yang harus disiarkan segera dan *soft news* yang merupakan kombinasi dari fakta, pendapat, dan gosip. Sementara itu, program hiburan dibagi ke dalam tiga kategori besar yang meliputi musik, permainan (*game show*), drama, dan acara pertunjukan.

Program dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yakni program informasi (berita) dan hiburan (*entertainment*) (Morissan, 2018).

1. Program Informasi

Program informasi merupakan jenis siaran yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan tambahan kepada penonton. Program-program informasi di televisi dirancang untuk menyajikan beragam informasi yang memenuhi rasa ingin tahu penonton tentang berbagai topik. Keunggulan dari program ini terletak pada nilai informasinya yang menjadi daya tarik yang dijual kepada penonton. Oleh karena itu, program informasi tidak hanya terbatas pada berita, seperti presenter atau penyiar yang baca berita, tetapi juga meliputi berbagai format penyajian informasi termasuk *talk show*, seperti wawancara dengan artis, tokoh terkenal, atau siapa pun. Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*).

a. *Hard News*

Berita keras merupakan informasi relevan dan menarik yang harus disiarkan oleh media penyiaran secara cepat karena kebutuhan untuk diakses oleh penonton dengan secepat mungkin. Televisi memainkan peran utama sebagai sumber berita keras bagi masyarakat dan sebagai saluran informasi yang paling cepat. Berita keras dapat diklasifikasikan berdasarkan bentuk berita, yaitu *straight news* (berita langsung), *features*, dan *infotainment*.

b. *Soft News*

Berita lunak atau *soft news* adalah informasi penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam, tetapi tidak memerlukan penayangan secara cepat. Berita yang termasuk dalam kategori ini ditayangkan dalam program tersendiri di luar program berita. Program yang masuk dalam kategori berita lunak terdiri dari *current affair*, *magazine*, dokumenter, dan *talk show*.

2. Program Hiburan

Program hiburan merupakan jenis siaran yang bertujuan untuk menghibur penonton melalui bentuk-bentuk, seperti musik, lagu, cerita, dan permainan. Jenis program hiburan melibatkan drama, permainan, musik, dan pertunjukan.

a. Drama

Drama berasal dari bahasa Yunani "*dran*" yang berarti bertindak atau berbuat. Program drama adalah pertunjukan yang menampilkan cerita tentang kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang yang diperankan oleh pemain atau artis. Program drama dalam televisi mencakup sinema elektronik (sinetron) dan film.

b. Permainan atau *game show*

Game show adalah program yang melibatkan sejumlah orang, baik secara individu maupun dalam kelompok yang bersaing untuk memperoleh sesuatu dengan menjawab pertanyaan atau memenangkan permainan.

c. Musik

Suara yang memuat elemen-elemen, seperti irama, lagu, dan harmoni terutama berasal dari alat-alat yang mampu menciptakan ritme. Musik dapat disajikan dalam dua format, yaitu videoklip atau konser.

d. Pertunjukan

Pertunjukan merupakan program yang memperlihatkan kemampuan seseorang atau kelompok dan dapat berupa pertunjukan musik atau memasak tergantung pada peserta yang tampil.

2.2.11 Departemen Produksi

Menurut Latief & Utud (2017), departemen produksi merupakan divisi yang memiliki tanggung jawab dalam pembuatan program siaran termasuk program nondrama dan drama di stasiun televisi. Morissan (2018) membagi departemen produksi ke dalam dua model organisasi, yaitu vertikal (hierarkis) dan horizontal (kooperatif):

- a. Vertikal (hierarkis) melibatkan perintah produksi mengalir dari atas ke bawah, misalnya dari produser kepada sutradara, dan kemudian kepada staf kreatif dan produksi.
- b. Horizontal (kooperatif) melibatkan setiap anggota tim produksi memiliki kewenangan yang setara dan keputusan dibuat secara bersama-sama.

Berdasarkan program informasi, produksinya dikelola oleh bagian berita yang terpisah dari bagian produksi. Selanjutnya, *Standard Operating Procedure* (SOP) dalam mekanisme produksi program televisi memiliki tiga tahapan, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.

(1) Tahap Praproduksi

Tahap ini melibatkan semua aktivitas yang dimulai dari pembahasan ide awal hingga pelaksanaan syuting. Di tahap perencanaan ini, berlangsungnya interaksi antara kreativitas manusia dengan peralatan pendukung memainkan. Kualitas proses produksi sangat dipengaruhi

oleh perencanaan di atas kertas yang memiliki pengertian bahwa perencanaan di atas kertas adalah imajinasi yang dikeluarkan di atas kertas dan akan diproduksi nantinya di lapangan. Kegiatan praproduksi mencakup penuangan ide, penulisan skrip/skenario, *storyboard*, pertemuan teknis, pertemuan program, pertemuan teknis, peninjauan lokasi pengambilan gambar, pembuatan dekor, pertemuan produksi, dan perencanaan lain yang mendukung proses produksi dan pascaproduksi.

(2) Tahap Produksi

Seluruh aktivitas pengambilan gambar di dalam studio maupun di luar studio. Proses ini juga dikenal sebagai *taping*. Di tahap ini penting sekali untuk melakukan pemeriksaan langsung setelah pengambilan gambar selesai dan apabila didapatkan kesalahan maka pengambilan gambar bisa diulang.

(3) Tahap Pascaproduksi

Tahap ini melibatkan semua aktivitas setelah pengambilan gambar sampai pada materi tersebut dianggap selesai dan siap untuk disiarkan. Kegiatan pascaproduksi mencakup *editing*, penambahan ilustrasi, musik, efek, dan sebagainya.

2.2.12 Media Massa

Menurut Silvia et al., (2021), media massa adalah alat yang dimanfaatkan untuk menyalurkan berbagai informasi, analisis, opini, dan hiburan kepada khalayak yang luas. Media massa menjadi alat yang dipakai oleh orang-orang untuk mengkomunikasikan pesan kepada khalayak yang heterogen, menyebar, dan anonim, sehingga pesan yang disampaikan secara berbarengan. Media massa terdiri dari beberapa saluran termasuk media cetak, seperti surat kabar, buku, dan majalah. Selain itu, media elektronik yang terdiri dari televisi dan radio, serta media digital.

A. Media Cetak

Media cetak merupakan media yang berisi informasi berbentuk publikasi cetak. Media cetak terdiri dari majalah, surat kabar, dan buku.

Pesan dalam media cetak disampaikan menggunakan teks tulisan dan didukung oleh gambar atau foto. Khalayak media cetak adalah pembaca surat kabar dan majalah yang lebih mengarah kepada individu yang sudah mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi dan berusia dewasa.

B. Radio

Radio adalah saluran komunikasi yang diterima melalui pendengaran. Pendengar radio biasanya memiliki perilaku yang lebih pasif. Siaran radio sering menggunakan musik sebagai latar belakang yang dominan serta efek suara untuk menambah dramatisasi pada pesan yang disampaikan. Pendengar cenderung menikmati siaran radio dengan suasana yang santai dan mudah.

C. Televisi

Televisi merupakan media audio-visual yang populer dan menjangkau banyak penonton.

D. Film

Film merupakan sebuah alat menyampaikan pesan ke khalayak umum lewat media cerita atau media penyampaian cerita visual yang memakai gambar bergerak dan suara.

E. Media online

Media online merupakan media komunikasi lewat internet. Keunggulan media online tampak dalam hal kecepatan informasi, serta interaktif dan multimedianya. Pengguna internet memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai konten, seperti, majalah digital, menonton televisi, surat kabar digital, mendengar musik, mendengar radio, dan menonton film lewat internet.

2.2.13 Teori Sistem Sosial menurut Katz dan Kahn

Teori klasik dan perilaku seringkali mengarah pada komunikasi yang khususnya berkaitan berbagai bentuk aktivitas komunikasi bukan hanya sebagai proses penghubung (Pace & Faules, 2015). Scott dalam Pace & Faules (2015) menegaskan bahwa satu-satunya cara yang memiliki arti dalam mendalami

suatu organisasi ialah sebagai sebuah sistem. Maksudnya, organisasi memiliki bagian-bagian penting di dalamnya sebagai sebuah sistem, yaitu individu dan kepribadian masing-masing orang dalam organisasi, pola interaksi informal, struktur formal, pola status dan peranan memunculkan harapan-harapan, dan lingkup fisik pekerjaan. Bagian-bagian yang disebut itu dikenal dengan sistem organisasi karena seluruh bagian tersebut saling berhubungan dan melakukan interaksi satu dengan yang lainnya. Penghubung utama dalam teori ini adalah komunikasi. Komunikasi menjadi penghubung utama dalam sistem ini yang mengatur hubungan dan perubahan antara komponen-komponen sistem. Sistem juga merupakan konsep yang memiliki fokus pada pengaturan terhadap bagian-bagian, hubungan antara bagian-bagian, dan pergerakan hubungan. Sistem selalu menjelaskan berkaitan dengan interdependensi yang menyatakan bahwa adanya saling ketergantungan antara komponen-komponen sebuah sistem. Sebuah perubahan terhadap komponen membawa perubahan pada komponen yang lain. Sistem terdiri dari ciri-ciri berikut (Pace & Faules, 2015):

1. Nonsumativitas

Suatu sistem tidak hanya merupakan sekedar jumlah dari bagian-bagiannya. Ketika komponen-komponen tersebut saling terhubung dan bergantung satu sama lain dalam suatu interdependensi, sistem tersebut memperoleh identitas yang terpisah dari setiap komponen.

2. Unsur-Unsur Struktur, Fungsi, dan Evolusi

Unsur-unsur lebih menitikberatkan pada hubungan antara komponen-komponen dalam sebuah sistem. Struktur menggambarkan pola keteraturan salah satunya hubungan antara atasan dan bawahan yang mampu dibedakan lewat status dalam unsur struktur.

3. Keterbukaan

Organisasi dianggap sebagai sistem sosial yang berarti batasannya dapat ditembus dan memungkinkan interaksi sebuah organisasi tersebut dengan lingkungannya. Hal ini memungkinkan organisasi untuk memperoleh informasi dan energi.

4. Hierarki

Berdasarkan pengertiannya, sistem dapat dianggap sebagai suprasistem bagi sistem-sistem yang lain di dalamnya dan juga subsistem bagi sistem yang dianggap lebih besar. Maka dari itu, arus informasi yang melintasi batas-batas sistem mampu memengaruhi perilaku struktural dan fungsional dari sistem tersebut.

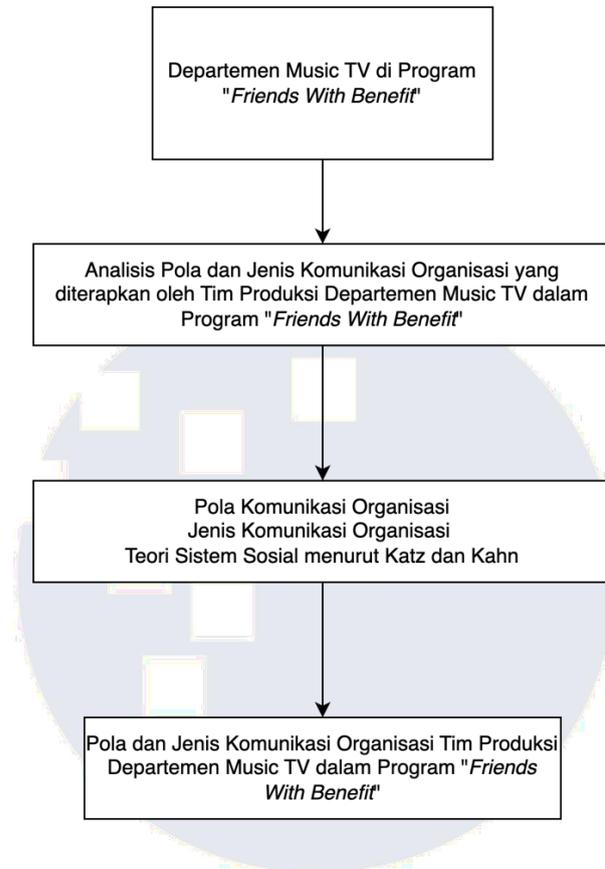
Menurut pandangan Katz dan Kahn, komunikasi juga memiliki makna khusus sebagai proses penghubung yang memiliki makna khusus ketika kita mempertimbangkan bahwa struktur sosial berbeda dengan struktur mekanis atau biologis. Secara fisik dan biologis, seperti mobil dan binatang memiliki struktur anatomi yang dapat diidentifikasi ketika entitas-entitas meskipun entitas tidak sedang berfungsi. Di saat sebuah organisme biologis mengalami pemberhentian pada fungsinya, maka tubuh fisik masih tetap mampu diperiksa lewat pembedahan atau disebut *postmortem analysis*. Apabila sebuah sistem sosial berhenti berfungsi, maka strukturnya tidak dapat diidentifikasi karena sistem sosial tersebut terdiri dari struktur peristiwa (alih-alih adalah bagian-bagian fisik) dan tidak memiliki struktur yang terpisah dari aktivitasnya.

Jaringan komunikasi dalam organisasi memiliki sedikit kesamaan dengan sistem peredaran darah dalam organisme biologis. Hal ini karena analogi itu terlihat menarik dan seringkali sulit memahami perbedaan esensial antara sistem sosial dan sistem biologis. Secara keseluruhan, sistem sosial terdiri dari manusia-manusia yang tidak sempurna, tetapi memiliki hubungan yang berkesinambungan yang baik diantara manusianya (Pace & Faules, 2015). Organisasi dapat tetap berfungsi efektif meskipun memiliki pergantian anggota yang tinggi karena hubungan antara orang-orang tersebut memungkinkan organisasi bertahan lebih lama daripada orang-orang yang berada pada posisi jabatan dalam organisasi. Berbeda dengan organisme biologis, organisasi formal memiliki prosedur yang memungkinkan penggantian bagian-bagian (orang-orang), sehingga organisasi dapat terus berfungsi di masa depan. Organisme biologis mempunyai kekuatan yang melemahkan bagian-bagiannya.

Katz dan Kahn juga menyebutkan bahwa sebagian besar interaksi manusia merupakan bentuk komunikasi yang terdiri dari verbal, nonverbal, berbicara dan diam. Teori ini menekankan bentuk-bentuk dari interaksi sosial yang merupakan bagian dari konsep komunikasi, seperti kerjasama, pengaruh, peniruan, dan kepemimpinan. Jadi, pandangan Pace & Faules (2015) menganggap komunikasi di dalam organisasi sebagai proses penghubung utama dalam organisasi dengan beberapa proses yang muncul sebagai akibat dari "berkomunikasi" dan disebut sebagai keterampilan dan kegiatan komunikasi organisasi. Tercapainya tujuan organisasi sangat bergantung pada komunikasi yang berjalan efektif dan tanpa adanya hambatan-hambatan. Katz dan Kahn berpendapat bahwa "sifat suatu sistem sosial menunjukkan selektivitas saluran dan tindakan komunikatif, di mana mengisyaratkan perlunya menghindari beberapa saluran dan tindakan komunikatif serta menggunakan yang lain.

Singkatnya, teori sistem sosial menjelaskan hubungan-hubungan antara manusia yang memungkinkan sebuah organisasi bisa bertahan jauh lebih lama. Pada pendekatan ini, komunikasi dianggap sebagai penghubung utama dalam organisasi karena komunikasi berperan penting terhadap kelancaran dalam penyampaian pesan atau informasi dalam menyelesaikan berbagai masalah dalam suatu organisasi. Teori ini membahas tentang komunikasi di dalam organisasi dan bagaimana anggota organisasi saling bergantung satu sama lain dalam memperoleh tujuan organisasi. Setiap divisi mempunyai perannya masing-masing dan berkaitan dengan bagian-bagian lain, sehingga dalam lingkup tersebut koordinasi penting dalam teori ini.

2.3 Alur Penelitian



Gambar 2.6 Alur Penelitian

