

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan aktivitas dasar yang penting untuk dilakukan manusia sebagai alat untuk saling berhubungan satu sama lain. Pentingnya komunikasi sebagai aktivitas dasar setiap manusia pun juga diperlukan dalam sebuah organisasi. Hal ini dikarenakan organisasi merupakan sebuah tempat berkumpulnya berbagai individu dari latar belakang yang berbeda, yang kemudian saling bekerja untuk mencapai tujuan bersama. Komunikasi menjadi hal yang penting dalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk menghindari *miss-communication* antar individu yang mana hal tersebut mampu menghambat organisasi mencapai tujuannya. Baik buruknya sebuah organisasi bergantung pada komunikasi yang terjalin didalamnya (Muhammad, 2017, hlm.1). Oleh karena itu, komunikasi pun menjadi kunci dalam organisasi dan menjadi penentu baik buruknya sebuah organisasi.

Di dalam sebuah organisasi, setiap individu memiliki peran beserta tugasnya masing-masing untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Schein (1982) dalam Muhammad (2017, hlm. 23) bahwa organisasi merupakan sebuah koordinasi rasional kegiatan dari sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi yang di dasarkan oleh tanggung jawab. Demi mencapai tujuan organisasi, tugas dan peran dari masing-masing individu bisa terlihat melalui struktur yang

terdapat dalam sebuah organisasi. Adanya struktur yang saling terhubung dalam sebuah organisasi menjadi ciri khas adanya organisasi dan mampu membantu dalam proses komunikasi individu baik secara vertikal maupun horizontal. Proses komunikasi ini dapat dilihat dalam bentuk penyampaian tugas dan perintah, rencana kerja, penyampaian pendapat, dan lain-lain. Organisasi memiliki karakteristik tertentu yaitu memiliki struktur, tujuan, saling berhubungan satu sama lain untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut yang kemudian sifat terhubung tersebut membentuk sebuah sistem. (Schein (1982) dalam Muhammad (2017, hlm. 23).

Peran individu dalam struktur yang terbentuk akan terlaksana dengan baik dan maksimal apabila terdapat komunikasi dan relasi yang baik antar individu di dalamnya baik secara vertikal maupun horizontal. Penciptaan komunikasi yang baik dan efektif ini nantinya mampu mempengaruhi kualitas kerja individu. Komunikasi dan relasi yang baik dan efektif bisa diciptakan melalui iklim komunikasi organisasi. Iklim komunikasi organisasi menjadi hal yang penting untuk diperhatikan terutama bagi pimpinan organisasi sebagai pemegang kendali organisasinya. Hal ini dikarenakan iklim komunikasi organisasi mampu memberi pengaruh terhadap tingkah laku karyawan (Muhammad, 2017, hlm. 82).

Iklim komunikasi organisasi yang baik untuk karyawan dapat dilihat dengan memahami anggota organisasi beserta harapannya dan bisa memberikan kesempatan bagi karyawan menyampaikan segala keluhan terhadap atasan tanpa rasa takut mendapat hukuman dari atasan (Siahaan, 2015, hlm.2). Sehingga pemimpin organisasi dan karyawan harus saling bekerja sama untuk menciptakan

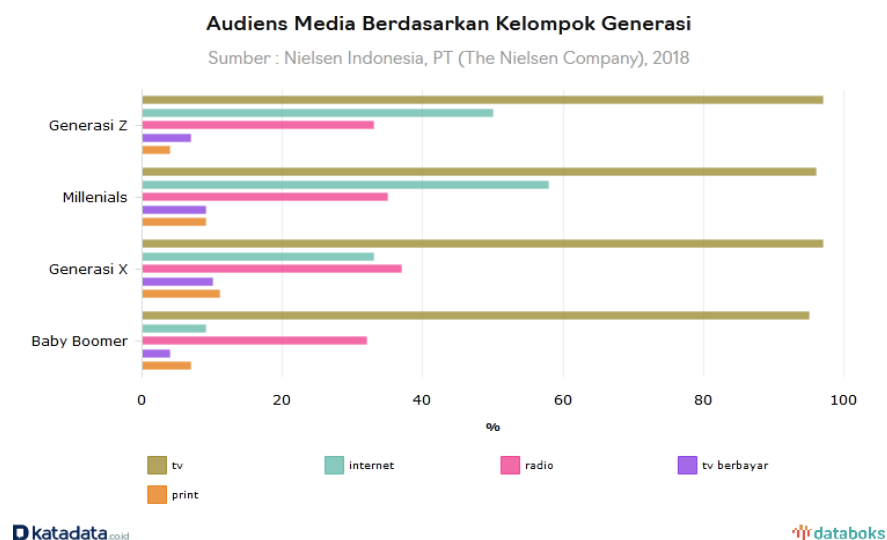
iklim komunikasi organisasi yang mampu mendukung kerja karyawan mencapai tujuan organisasi.

Mengembangkan iklim komunikasi organisasi yang baik bagi organisasi diperlukan sikap terbuka antar karyawan, kepercayaan, dan relasi yang baik untuk bisa menyampaikan keluhan demi mengembangkan dan memajukan organisasi. Kurangnya keterbukaan dan dominasi dalam sebuah organisasi rupanya dapat memberikan dampak besar bagi internal maupun organisasi dimata publik. Pada kasus yang dipaparkan oleh Laksmi dan Rahmi (2019) melalui penelitian yang dilakukan dengan judul "*The Organization Communication Climate at Intan Special Library*" didapatkan bahwa adanya dominasi superior dan subordinat, minimnya semangat kerja pegawai induk untuk datang ke perpustakaan, munculnya perasaan tidak nyaman dalam bekerja yang diakibatkan pekerjaan yang kurang dihargai dan tidak dianggap penting oleh atasan, kurangnya keterlibatan karyawan dalam menyampaikan ide gagasan untuk perusahaan juga menghambat perkembangan organisasi. Hal ini bisa berakibat pada organisasi yang tidak memberikan perubahan dan kemajuan organisasi menjadi lebih baik untuk banyak orang. Sehingga diperlukan perbaikan dan menciptakan suasana yang baik terlebih dahulu untuk internal organisasi supaya organisasi bisa lebih baik.

Iklim komunikasi organisasi yang baik harus diaplikasikan pada setiap organisasi tak terkecuali organisasi atau instansi bidang media penyiaran televisi. Media penyiaran televisi masih banyak diminati oleh

masyarakat dibandingkan media massa lainnya. Selain itu, media penyiaran televisi pun merupakan media yang memiliki pengaruh besar untuk masyarakat.

Televisi rupanya mampu menduduki peringkat teratas sebagai media yang banyak diakses oleh seluruh generasi. Menurut riset yang dilakukan oleh Nielsen pada 2018 dalam paparan *The Relationship of Digital and Conventional Media*, audiens yang masih menikmati tayangan televisi lebih banyak dibanding media internet, radio, televisi berbayar, dan media cetak. Banyaknya audiens yang masih menikmati tayangan televisi mencapai di atas 90% (Katadata, 2020).



Gambar 1. 1 Data audiens pengguna media berdasarkan kelompok generasi (Katadata, 2020)

Pemaparan data di atas menunjukkan bahwa televisi masih mendapatkan perhatian dari masyarakat di Indonesia. Sehingga, diperlukan konsistensi media penyiaran televisi untuk memberikan tayangan berkualitas bagi penonton.

Penayangan baik dan berkualitas pada televisi pun tidak terlepas dari peran para pekerja di dalamnya. Sebuah organisasi institusi media penyiaran televisi akan dapat bertahan dan bahkan berkembang apabila iklim di dalamnya

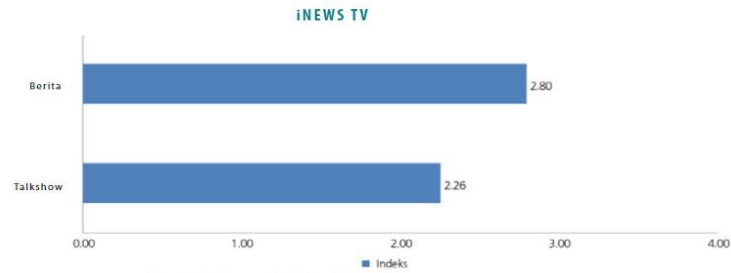
bisa memberikan kenyamanan dan dukungan kepada karyawan untuk bekerja memberikan yang terbaik untuk institusinya. Namun masih terdapat iklim komunikasi organisasi yang kurang baik dalam dunia media penyiaran televisi. Hal ini dilihat dari sikap karyawan satu sama lain, melalui penyelesaian masalah antar divisi, karyawan, atasan dan karyawan, komunikasi yang terjalin dalam menyampaikan tugas, dan masih banyak lagi. Pada PT. Riau Media Televisi misalnya, yang mana didapati masih terdapat karyawan yang acuh tak acuh satu sama lain yang menandakan masih banyak terdapat kendala yang berakibat pada suasana kerja yang tidak kondusif. Tak berhenti pada sikap antar karyawan, kurang koordinasi antara atasan dan bawahan dalam pelaksanaan tayangan program pun juga berakibat keterlambatan tayangan program. (Siahaan, 2015, hlm.2).

Pada penelitian ini, peneliti merujuk pada dua jurnal penelitian yang juga membahas mengenai iklim komunikasi organisasi pada media penyiaran televisi. Rujukan pertama yakni pada penelitian berjudul “Iklim Komunikasi Organisasi Di Bagian *Master Control Room* (MCR) PT. MNC Sky Vision Tbk” ditulis oleh Dede Iskandar pada 2014. Pada jurnal penelitian tersebut, peneliti menjelaskan bahwa divisi *Master Control Room* (MCR) merupakan divisi penting dalam televisi. Divisi tersebut memegang kendali atas konten siaran sebelum ditayangkan kepada penonton. Sehingga diperlukan iklim komunikasi organisasi yang baik di dalamnya supaya peran MCR bisa tetap berjalan dengan baik sebagai pengendali utama konten tayangan program. Hal ini tentu untuk menghindari masalah yang terjadi di dalam divisi, seperti yang disebutkan peneliti mengenai

kesalahpahaman antara atasan dan bawahan atau kesalahpahaman yang terjadi antar divisi lain yang mampu menimbulkan konflik antar karyawan, berakibat pula terhadap suasana kerja yang tak lagi kondusif. Selain itu, terdapat kesenjangan komunikasi ketika pelaksanaan evaluasi kerja yang tidak disampaikan dengan detail yang mampu memberi pengaruh terhadap motivasi kerja karyawan (Iskandar, 2014).

Rujukan penelitian berikutnya yang peneliti ambil yakni mengenai “Iklim Komunikasi Organisasi di PT. Riau Media Televisi Pekanbaru” yang berfokus pada sikap karyawan yang ada dalam organisasi tersebut yang masih bersikap tertutup dan acuh tak acuh satu sama lain yang mampu menghambat perkembangan organisasi tersebut dan menciptakan suasana kerja yang tidak kondusif.

Pada penelitian ini, peneliti memilih iNews TV Magelang sebagai subjek penelitian peneliti. iNews TV merupakan salah satu saluran televisi yang ada di Indonesia hingga saat ini dan berfokus menyediakan konten tayangan berita. Berdasarkan survei indeks kualitas yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pada tahun 2018, iNews TV dominan dalam menyiarkan konten berita. Sedangkan, format tayangan konten yang disajikan terdiri dari dua jenis yakni berita dan *talkshow*. Namun, dari survei yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia, rupanya iNews TV belum mencapai standar indeks yang diberikan oleh KPI yakni sebesar 2,80 (berita) dan sebesar 2,60 (*talkshow*) yang ditayangkan (Komisi Penyiaran Indonesia, 2018).



Kategori program siaran iNEWS TV terdiri dari berita dan *talkshow*. Hasil survei KPI periode 1 tahun 2018 menunjukkan dua kategori program tersebut belum mencapai standar indeks KPI >3, yaitu 2,80 (berita) dan 2,26 (*talkshow*).

Gambar 1. 2 Data survei indeks kualitas siaran oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia, 2018)

Sedangkan sebagai televisi yang dominan menayangkan konten berita di televisi, iNews TV sebagai televisi berita belum bisa mencapai indeks target dari kategori isi siaran berita yang diberikan oleh KPI.

INDEKS INDIKATOR KUALITAS PROGRAM SIARAN BERITA BERDASARKAN LEMBAGA PENYIARAN

INDIKATOR	PROGRAM BERITA													
	GTV	Indosiar	iNews TV	Kompas TV	Metro TV	MNC TV	NET.	RCTI	RTV	SCTV	Trans 7	Trans TV	tvOne	TVRI
Keberagamaan	2.90	2.72	2.82	3.13	3.03	2.86	3.08	3.01	3.01	3.14	3.10	3.03	2.96	3.18
Pengawasan	2.88	2.85	2.94	3.18	3.25	2.84	3.04	3.01	2.97	2.98	2.98	2.94	3.13	3.18
Faktualitas	2.74	2.71	2.71	3.18	3.00	2.72	2.98	2.86	2.93	2.92	2.94	2.96	2.95	3.31
Akurasi	2.93	2.89	2.92	3.33	3.27	2.93	3.08	3.08	3.05	3.06	3.10	3.08	3.18	3.26
Keadilan	2.64	2.66	2.69	3.29	3.09	2.78	3.03	2.79	2.91	2.93	3.03	3.00	3.02	3.13
Kepentingan Publik	2.82	2.73	2.73	3.20	3.04	2.70	3.01	2.89	2.97	3.17	2.99	3.01	2.94	3.14
Tidak Berprestasi	2.75	2.76	2.73	3.18	2.99	2.77	3.04	2.87	2.98	2.99	3.01	2.94	3.02	3.21
Relevansi	2.83	2.77	2.83	3.17	3.01	2.78	2.99	2.97	2.98	2.98	3.07	2.99	3.04	3.20
INDEKS RATA-RATA	2.81	2.76	2.80	3.21	3.08	2.80	3.03	2.93	2.97	3.02	3.03	2.99	3.03	3.20

Bila dicermati berdasarkan indikator kualitas program berita, KOMPAS TV dan TVRI memperoleh indeks > 3 untuk seluruh indikator. Kompas TV mencapai indeks tertinggi untuk indikator akurasi (3.33) dan TVRI mencapai indeks tertinggi untuk indikator faktualitas (3.31). Sebaliknya, indikator 'keadilan' perlu mendapat perhatian lembaga penyiaran GTV, Indosiar dan iNews karena memperoleh indeks yang rendah dibanding indikator lainnya.

Gambar 1. 3 Data indeks indikator kualitas program siaran berita oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia, 2018)

Selain itu, dari data jumlah penonton yang didapatkan, dari 10 kota cabang biro iNews TV, iNews TV Biro Magelang yang beroperasi di Jogja, tidak terdapat di dalam data yang diberikan. Persentase yang didapatkan pun tak lebih dari 75% di setiap kota. Terutama pada iNews TV Magelang menjadi fokus, apakah penyebab yang mempengaruhi data tersebut sehingga iNews TV Magelang tidak

terdapat dalam daftar yang kemudian peneliti akan menggali lebih dalam mengenai data dengan mengkaitkan suasana kerja di iNews Magelang apakah faktor pembentukan suasana kerja antar anggota mampu mempengaruhi tayangan konten yang disajikan dan berdampak pada perhatian masyarakat terhadap tayangan yang disajikan iNews TV Magelang.

100.0%	70.4%	3.6%	12.4%	1.8%	5.7%	0.6%	2.9%	1.9%	0.4%	0.4%
SHR = 2.05	SHR = 2.22	SHR = 1.69	SHR = 1.97	SHR = 1.31	SHR = 3.90	SHR = 0.63	SHR = 1.90	SHR = 1.76	SHR = 0.62	SHR = 0.95
11 CITIES	Jakarta	Bandung	Surabaya	Semarang	Medan	Makassar	Palembang	Denpasar	Banjarmasin	Surakarta

Gambar 1. 4 Data jumlah penonton iNews TV 2020 (Dokumen Pribadi iNews TV Magelang 2020)

Melalui rujukan penelitian yang dijelaskan sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengembangkan penelitian yang sudah ada sebelumnya yakni dengan menganalisis Iklim Komunikasi Organisasi Pada Divisi Produksi Berita di iNews TV Magelang. Peneliti memilih iNews TV Magelang karena berdasarkan data jumlah penonton yang sudah dipaparkan, iNews TV Magelang tidak masuk kedalam 10 besar kota cabang iNews TV. Pemilihan divisi produksi berita dipilih karena peneliti ingin mengembangkan penelitian yang sudah ada sebelumnya dengan berfokus menggali lebih dalam sebuah divisi yang memiliki peran penting di televisi yang menyajikan konten berita. Selain itu, melalui riset yang sudah dilakukan peneliti sebelumnya di bagian divisi produksi berita, masih terdapat pembagian pekerjaan yang diluar tanggung jawab utama atau pekerjaan utama tiap karyawannya, serta pengalaman terkait penggunaan fasilitas *editing* kantor. Melalui riset kecil yang sudah dilakukan sebelumnya, peneliti ingin mengetahui dampak adanya permasalahan tersebut melalui iklim komunikasi organisasi yang dibangun.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang didapatkan oleh peneliti adalah bagaimana iklim komunikasi organisasi di iNews TV Magelang?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dipaparkan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan iklim komunikasi organisasi yang terdapat di iNews TV Magelang.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi terlebih dalam iklim komunikasi organisasi. Selain itu, penelitian ini diharapkan nantinya bisa menjadi referensi tambahan bagi penelitian berikutnya mengenai iklim komunikasi organisasi di media penyiaran televisi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa membantu pihak iNews TV Magelang dalam membangun iklim kerja organisasi yang baik agar tujuan dan target iNews TV Magelang bisa dicapai dengan baik. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bisa membantu peneliti lain yang sedang berproses dalam penelitian iklim komunikasi organisasi.

E. KERANGKA TEORI

Pada bagian kerangka teori, peneliti menjabarkan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang dituliskan dalam rumusan masalah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Komunikasi Organisasi sebagai konteks komunikasi dalam penelitian ini. Selain itu, pada kerangka teori yang dituliskan juga terdapat konsep Iklim Komunikasi Organisasi untuk menjelaskan tingkah laku antar karyawan yang ada di lokasi penelitian.

1. Komunikasi Organisasi

1.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut Goldhaber (1993) dalam Ruliana, (2014, hlm.20) merupakan sebuah proses dalam menciptakan dan saling bertukar pesan di dalam satu jaringan yang saling terhubung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah. Redding dan Sanborn (*n.d*) dalam Muhammad, (2017, hlm. 65) mendefinisikan Komunikasi Organisasi adalah proses pengiriman dan penerimaan informasi yang kompleks di mana didalamnya terdapat komunikasi internal, hubungan antar manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi ke bawah (*downward*), komunikasi ke atas (*upward*), komunikasi horizontal atau antar orang-orang yang sama level/tingkatan, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.

Menurut Forehand (1964) dalam Hardjana (2019, hlm. 242) arah-arah tujuan organisasi pada dasarnya terdapat tiga jenis yakni bisnis,

filantropi, dan layanan publik. Masing-masing tujuan mempengaruhi komunikasi dengan karyawan dan kelompok kepentingan. Hasil pencapaian tujuan pun juga memberi pengaruh terhadap ganjaran dan sanksi.

1.2 Fungsi Komunikasi Organisasi

Terdapat dua fungsi komunikasi organisasi yang dituliskan oleh Liliweri (2014, hlm. 373) yakni fungsi umum dan fungsi khusus.

- a. Fungsi Umum dalam komunikasi organisasi terdiri dari (a) *To tell*, berfungsi untuk menceritakan atau menyampaikan segala informasi terkini baik sebagian atau keseluruhan dalam organisasi yang berkaitan dengan pekerjaan. Contohnya penjelasan akan *job description*; (b) *To sell*, berfungsi untuk “menjual” seluruh gagasan, ide, pendapat, dan sikap organisasi; (c) *To learn*, berfungsi untuk meningkatkan kemampuan dari karyawan agar mereka memiliki kesempatan untuk belajar dari lingkungan organisasi mengenai apa yang dipikirkan, dirasakan, dikerjakan oleh orang lain, dan mengenai apa yang “dijual” atau diceritakan oleh orang lain mengenai organisasi; (d) *To decide*, berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi dalam membagikan peran atau tugas, kewenangan, kekuasaan, status kepemimpinan, dan bagaimana organisasi dalam memanfaatkan sumber daya, mengalokasikan manusia, mesin, metode, dan teknik dalam organisasi.

Sedangkan fungsi khusus dalam komunikasi organisasi terdiri dari (a) berfungsi membuat para karyawan melibatkan diri kedalam isu-isu organisasi yang kemudian ditafsirkan kedalam

bentuk tindakan di bawah sebuah komando; (b) membuat karyawan menangani dan menciptakan relasi antar sesama anggota organisasi demi meningkatkan produk komunikasi; (c) berfungsi untuk membuat karyawan mengambil keputusan - keputusan pada situasi-situasi yang tidak pasti.

1.3 Karakteristik Organisasi

Menurut Hellregel dan Slocum (2006) dalam Rachman, dkk (2020, hlm. 75) terdapat tiga indikator untuk melihat karakteristik organisasi yakni :

1. Komitmen terhadap tujuan organisasi yang berkaitan dengan keinginan yang kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi, adanya usaha mencapai tujuan organisasi, adanya kepercayaan dan menerima nilai-nilai organisasi
2. Hubungan dengan teman sekerja yang saling mendukung antar rekan kerja
3. Hubungan dengan atasan yang menyangkut bantuan teknis, bimbingan, dan perhatian terhadap pegawainya.

2. Iklim Komunikasi Organisasi

2.1 Definisi Iklim Komunikasi Organisasi

Iklim (komunikasi) organisasi jauh lebih penting daripada keterampilan komunikasi yang digunakan dalam menciptakan suasana organisasi yang efektif. Iklim komunikasi organisasi merupakan fungsi kegiatan dalam sebuah organisasi yang berfungsi untuk menunjukkan kepada anggota organisasi memberikan kepercayaan kepada mereka, memberikan mereka kebebasan dalam mengambil resiko, mendorong dan memberikan tanggung jawab dalam melaksanakan tugas-tugas,

memberikan informasi yang bersifat terbuka dan cukup mengenai organisasi, dan dengan aktif memberikan penyuluhan kepada anggota organisasi sehingga mereka bisa melihat bahwa keterlibatan mereka penting dalam keputusan organisasi, serta menaruh perhatian pada pekerjaan bermutu tinggi dan memberi tantangan (Redding (1972) dalam Mulyana (1993) hlm. 148 ; 154).

Iklm komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai gabungan-gabungan dari persepsi evaluasi makro mengenai peristiwa komunikasi, respon, perilaku manusia, harapan-harapan, konflik antar anggota dan kesempatan pertumbuhan organisasi tersebut (Pace & Faules (2000) dalam Winardiani (2015, hlm 3) dan berkembang berdasarkan adanya interaksi antara sifat-sifat dari organisasi dengan persepsi individu atau anggota atas sifat-sifat organisasi tersebut (Falcione et al (1987) dalam Mulyana, 1993, hlm. 149).

Persepsi yang yang dimaksud mampu muncul melalui kondisi-kondisi kerja, upah, kenaikan pangkat, hubungan dengan rekan-rekan, praktik-praktik pengambilan keputusan, sumber daya yang tersedia, dan cara tiap anggota organisasi memberi motivasi mampu membentuk suatu badan informasi yang mampu membangun iklim komunikasi organisasi (Pace & Faules dalam Deddy Mulyana (1993) hlm. 154). Semakin positif iklim yang diciptakan, maka semakin produktif pula sebuah organisasi (Campbell (1970) dalam Muhammad (2017, hlm. 85).

2.2 Faktor Pembentuk Iklim Komunikasi Organisasi

Di dalam Iklim Komunikasi Organisasi, Pace & Faules (n.d) dalam Mulyana (1993, hlm. 159) mengungkapkan terdapat enam faktor besar yang mempengaruhi iklim komunikasi organisasi, antara lain:

1. Kepercayaan, semua anggota organisasi di semua tingkat harus berusaha keras untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang ada di dalam organisasi yang meliputi kepercayaan, keyakinan, dan kredibilitas yang didukung oleh pernyataan dan tindakan.
2. Pembuatan keputusan bersama, poin ini dapat dilakukan dengan cara mengajak semua pegawai atau anggota organisasi di semua tingkat untuk berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai semua masalah yang ada di dalam organisasi. Semua anggota atau pegawai dalam organisasi harus diberi kesempatan untuk berkomunikasi dan berkonsultasi dengan manajemen di atas mereka agar turut berperan serta dalam proses pembuatan keputusan dan penentuan tujuan bersama.
3. Kejujuran, dalam hal ini sikap kejujuran dan keterusterangan harus mewarnai kehidupan organisasi. Semua anggota organisasi mampu mengatakan “apa yang ada dalam pikiran mereka” tanpa mengindahkan apakah mereka berbicara kepada teman sejawat, bawahan, atau atasan
4. Keterbukaan dalam komunikasi ke bawah, anggota organisasi harus

relative mudah mendapatkan informasi yang berhubungan dengan tugas mereka, dan yang memberi pengaruh terhadap kemampuan mereka dalam berkoordinasi dengan orang-orang atau bagian-bagian lainnya serta berhubungan luas dengan perusahaan, organisasinya, serta pemimpin mereka atas tugas-tugas yang diberikan.

5. Mendengarkan dalam komunikasi ke atas, anggota di setiap tingkat dalam organisasi harus mendengarkan saran atau laporan-laporan masalah yang disampaikan oleh setiap anggota organisasi di setiap tingkat bawahan secara berkesinambungan dan pikiran terbuka. Dalam hal ini, informasi dari bawahan harus dianggap penting untuk dilaksanakan, kecuali terdapat petunjuk berlawanan.
6. Perhatian terhadap tujuan-tujuan berkinerja tinggi, semua anggota organisasi di semua tingkat harus menunjukkan komitmen terhadap tujuan-tujuan berkinerja tinggi – produktivitas kerja tinggi, kualitas kerja yang maksimal, dan juga menunjukkan perhatian besar pada anggota organisasi lainnya.

F. KERANGKA KONSEP

1. Iklim Komunikasi Organisasi

Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada pembahasan Iklim Komunikasi organisasi yang terjadi di iNews TV Magelang. Penelitian ini melihat interaksi yang terjalin antar karyawan, karyawan dengan atasan, dan atasan dengan karyawan atau bawahannya dengan melakukan pengamatan atas proses interaksi yang dilakukan yang mampu menciptakan suasana atau iklim komunikasi organisasi. Peneliti akan mengamati apakah iklim yang diciptakan bersifat positif sehingga nantinya mampu memberi dampak positif produktivitas karyawan, atau justru sebaliknya melalui definisi yang dipaparkan oleh Redding (1972) dan Pace & Faules (1993). Lebih mendalam lagi, peneliti mengamati iklim komunikasi organisasi dari enam faktor yang dituliskan oleh Pace dan Faules (*n.d*) dalam Mulyana (1993, hlm. 159) antara lain :

1. Kepercayaan, kepercayaan merupakan faktor yang harus diciptakan dalam sebuah organisasi. Faktor ini dijadikan peneliti untuk melihat tindakan apa saja yang sudah dilakukan baik karyawan maupun atasan dalam memberikan kepercayaan satu sama lain melalui pernyataan dan tindakan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan hubungan dalam organisasi.
2. Pembuatan keputusan bersama, tak hanya memberikan kepercayaan kepada karyawan, sebuah organisasi juga harus memberi kesempatan kepada anggotanya untuk turut serta mengambil peran

dalam membuat keputusan bersama atas masalah yang ada di dalam organisasi. Pada faktor kedua, peneliti mencari tahu seberapa sering karyawan dilibatkan dalam pembuatan keputusan bersama, proses dalam pembuatan keputusan bersama tersebut, dan melihat respon atau tanggapan yang diberikan dari karyawan lainnya.

3. Kejujuran, kejujuran juga menjadi faktor pembentukan iklim komunikasi organisasi. Faktor ini digunakan peneliti untuk melihat bentuk kejujuran yang dilakukan oleh karyawan dari segala aspek yakni ketika karyawan menyampaikan pesan kepada antar karyawan, terutama pesan yang berisi perintah kerja, serta kejujuran mengenai perasaan yang menurut peneliti mampu menjadi tolak ukur kenyamanan karyawan dalam bekerja.
4. Keterbukaan dalam komunikasi ke bawah, pada faktor ini digunakan peneliti untuk melihat seberapa jelas tanggung jawab yang diberikan melalui penyampaian tugas-tugas kepada karyawan dari atasan, dan antar karyawan, ataupun penyampaian informasi lainnya terkait pengembangan iNews TV Magelang.
5. Mendengarkan dalam komunikasi ke atas, pada faktor ini, peneliti mengamati reaksi atau respon dari atasan ketika menerima laporan dari bawahan mengenai diri mereka maupun mengenai tugas tanggung jawab mereka.
6. Perhatian terhadap tujuan-tujuan berkinerja tinggi, peneliti mengamati produktivitas karyawan di iNews TV Magelang dan kualitas kerja yang dilihat dari cara dan sistem bekerja dan target kerja yang dilakukan oleh karyawan di iNews TV Magelang apakah

tercapai atau tidak, dengan melihat seberapa besar target yang ditetapkan, cara mencapai target tersebut, dan presentase keberhasilan mencapai target selama berdirinya iNews TV Magelang. Selain melakukan pengamatan, peneliti juga menggali informasi melalui karyawan iNews TV Magelang mengenai komitmen mereka bekerja.

G. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami mengenai *makna* oleh sejumlah individu yang dianggap berasal dari masalah sosial serta melibatkan upaya-upaya penting seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan, mengumpulkan data spesifik para partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema khusus ke tema yang umum, dan menafsirkan makna data (Creswell, 2010, hlm 4). Selain itu, Jane Richie (*n.d*) dalam Moleong (2010, hlm. 6) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan sebuah upaya untuk menyajikan dunia sosial dan perpektif, dari segi konsep, perilaku, dan persepsi, serta persoalan dari manusia yang diteliti. Dalam hal ini ditekankan bahwa terdapat peranan penting dari fokus yang harus diteliti yakni konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti.

Selain Jane Richie, Denzin dan Lincoln (1987) dalam Moleong (2010, hlm. 5) berpendapat bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dengan melibatkan metode yang ada dengan metode yang biasa digunakan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. Moleong (2010, hlm. 5) menambahkan definisi mengenai penelitian kualitatif bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku baik dari individu atau sekelompok

orang. Sehingga, peneliti memilih jenis penelitian ini karena mampu membantu peneliti menemukan data untuk menjawab rumusan masalah yang dipaparkan sebelumnya dengan lebih mendalam secara personal.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan metode yang menjawab atas pertanyaan-pertanyaan mengenai siapa, apa, kapan, di mana, dan bagaimana yang berkaitan dengan penelitian tertentu. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai suatu fenomena variabel atas kondisi tertentu (Nurdin & Hartati, 2019, hlm. 37).

3. Subjek dan Objek Penelitian

Sugiyono (2013) dalam Tanujaya (2017, hlm. 4) mendefinisikan subjek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat dari seseorang, dan objek penelitian adalah variable tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Sehingga subjek penelitian atau informan dinilai penting sebagai sumber informasi yang membantu peneliti dalam mendapatkan data untuk menjawab rumusan masalah yang dituliskan. Adapun subjek penelitian atau informan pada penelitian ini nantinya adalah enam karyawan termasuk seorang kepala biro yang sudah bekerja dalam kategori waktu yang cukup lama di iNews TV Magelang dan dilihat dari intensitas karyawan menghabiskan waktunya di kantor.

Hal ini dipilih mengingat Iklim komunikasi organisasi sangat bergantung pada pola kepemimpinan atasan instansi atau organisasi, sehingga melalui kriteria ini peneliti ingin mendapatkan data lebih mendalam mengenai pola kepemimpinan kepala biro saat ini dalam

mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) di iNews TV Magelang.

Melalui dua kriteria yang sudah dibuat oleh peneliti, maka peneliti pun menemukan kelima karyawan yang sesuai antara lain :

(A) Melky Brando yang merupakan seorang produser Lintas iNews yang mana menjadi seorang produser tentu memegang peranan penting pula dalam proses produksi berita yang tentu berpengaruh pula cara seorang produser dalam mengkoordinasikan tugas kepada tim bawahannya. Selain itu, sebagai seorang produser, Melky tentu banyak menghabiskan waktunya di kantor untuk bisa mempersiapkan segala keperluan untuk produksi saat itu;

(B) Agung Santosa merupakan seorang produser untuk tim Seputar iNews. Sama seperti Melky, Agung pun juga banyak menghabiskan waktunya di kantor karena tanggung jawabnya untuk bisa mengontrol dan menjaga kualitas konten yang akan ditayangkan. Selain itu, dari hasil wawancara yang sudah dilakukan pada 9 April 2021 lalu, bahwa Agung sudah bekerja bersama kepala biro saat ini sudah hampir 10 tahun bersamaan dengan terbentuknya iNews TV Magelang sekarang;

(C) Benny Wahyudi merupakan seorang editor video berita di iNews TV Magelang. Sebagai seorang editor tentu dirinya memiliki kewajiban untuk selalu datang ke kantor guna menyelesaikan target pembuatan konten dan turut mengambil peran dalam proses produksi berita iNews TV Magelang. Selain bertugas di kantor Yogyakarta untuk mengedit video berita, Benny pun juga diberi tanggung jawab mengedit konten hiburan yang dimiliki iNews TV Magelang yakni program music indie dan program music

campursari di kantor Magelang;

(D) Anisah Ryzqya merupakan satu-satunya reporter iNews TV Magelang untuk melakukan *live report* dengan mengikuti permintaan iNews TV Pusat (Jakarta). Meskipun sebagai seorang reporter dan berarti bekerja di lapangan, Anisah pun juga sering ke kantor untuk berinteraksi dengan karyawan, membantu *dubbing* berita, menggantikan presenter ketika ada halangan. Pekerjaan-pekerjaan tersebut yang membuat Anisah untuk selalu datang ke kantor dan siap membantu ketika dibutuhkan;

(E) Priyo Nugroho merupakan seorang editor video berita untuk tim Lintas yang juga merangkap sebagai kameramen Live Report ketika dibutuhkan untuk menggantikan kameramen lainnya. Sama seperti Benny, karena tugasnya sebagai seorang editor, Priyo tentu memiliki tanggung jawab untuk membuat konten berita yang membuatnya selalu datang ke kantor untuk menyelesaikan pekerjaannya.

Pada penelitian yang dilakukan, objek penelitian yang diteliti adalah iklim komunikasi organisasi di media penyiaran televisi iNews TV Magelang terutama pada divisi produksi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini nantinya adalah dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumen.

4.1 Wawancara

Wawancara merupakan bentuk percakapan yang dilakukan oleh dua orang yakni antara pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan

jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Lincoln dan Guba (1985) dalam Moleong (2010, hlm. 186) menjelaskan, wawancara dilakukan dengan maksud untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, perasaan, organisasi, motivasi, tuntutan, kepedulian. Terdapat cara dan macam wawancara menurut Patton (1980) dalam Moleong (2010, hlm. 187) antara lain (a) Wawancara pembicaraan informal, (b) Pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara, dan (c) Wawancara baku terbuka.

Wawancara baku terbuka, merupakan jenis wawancara yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian nantinya. Wawancara baku terbuka menggunakan seperangkat pertanyaan yang bersifat baku dan dari segi urutan pertanyaan, kata-kata, serta cara penyajiannya adalah sama untuk setiap responden guna mengurangi sedapat- dapatnya variasi yang bias terjadi antara seorang terwawancara dengan yang lainnya (Moleong, 2010, hlm. 188). Wawancara dapat dilakukan secara *face to face* (wawancara tatap muka), wawancara melalui telepon, dan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan mengumpulkan enam sampai delapan partisipan tiap kelompok yang memerlukan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tidak terstruktur (*unstructured*) dan bersifat terbuka yang dirancang memunculkan pandangan dan opini dari para partisipan (Creswell, 2010, hlm. 267).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis wawancara baku terbuka dengan melakukan wawancara secara *face to face* (wawancara tatap muka) dengan subjek penelitian. Hal ini dikarenakan agar peneliti bisa memahami kondisi informan untuk diwawancara agar mendapatkan

data yang valid dan untuk mendapatkan informasi yang variatif serta mendalam dari setiap partisipan.

Pada wawancara yang dilakukan, peneliti memilih enam karyawan yang bekerja di iNews TV Magelang yang terdiri dari satu kepala biro dan lima karyawan bawahannya dengan melihat lama kerja karyawan selama masa kepemimpinan kepala biro saat ini dan intensitas karyawan untuk datang ke kantor. Kriteria ini dipilih karena menurut peneliti, karyawan yang sudah bekerja cukup lama di iNews TV Magelang dan sering ke kantor mampu membantu peneliti untuk memberikan informasi terkait topik penelitian yang dipilih yakni iklim komunikasi organisasi yang dibentuk.

4.2 Observasi

Observasi kualitatif menurut Creswell (2010, hlm. 267) merupakan observasi yang dilakukan oleh peneliti baik sebagai non-partisipan maupun sebagai partisipan secara utuh dengan turun langsung ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas-aktivitas individu di lokasi penelitian atau di lapangan, dengan cara merekam atau mencatat aktivitas-aktivitas dalam lokasi penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan observasi terus terang atau tersamar untuk mengamati keseluruhan aktivitas dan perilaku dari karyawan iNews TV Magelang. Observasi terus terang atau tersamar yakni observasi yang dilakukan oleh seorang peneliti dalam pengumpulan data dengan menyatakan secara terus terang bahwa dirinya sedang melakukan penelitian, sehingga subjek penelitian mengetahui aktivitas yang dilakukan peneliti. Namun, pada waktu

tertentu seorang peneliti juga melakukan aktivitas tersamar dalam melakukan observasi guna menghindari jika suatu data yang dicari merupakan data yang bersifat rahasia (Sugiyono, 2015, hlm. 228).

Observasi digunakan dalam penelitian ini guna membantu peneliti mendapatkan rasa atas situasi lingkungan kerja yang ada di iNews TV Magelang sehingga peneliti bisa merasakan dan mendeskripsikan sebagai data nantinya. Observasi yang dilakukan dari tanggal 25 April 2021 hingga 7 Mei 2021 pada pukul 15:00 – 21:00 sesuai hari kerja karyawan yakni hari Minggu hingga Jumat. Namun, berbeda di hari Selasa, 4 April 2021 peneliti melakukan observasi lebih awal pada pukul 14:00 untuk mengikuti evaluasi mingguan yang diadakan instansi.

4.3 Dokumen

Teknik ketiga yang digunakan peneliti dalam penelitian yang dilakukan yakni teknik pengumpulan data dengan dokumen. Dokumen dalam penelitian bisa berbentuk tulisan (catatan harian, sejarah kehidupan, ceritera, biografi, peraturan, dan kebijakan), gambar (foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain), dan karya (patung, film, dan lain-lain) (Sugiyono, 2015, hlm 240). Teknik ini dipilih oleh peneliti guna membantu peneliti untuk mendapatkan data yang variatif dan kredibel, karena sering kali teknik pengumpulan data dengan dokumen bisa dijadikan pendukung dalam pelaksanaan observasi dan wawancara.

Seperti yang disampaikan oleh Sugiyono (2015, hlm. 240) bahwa observasi atau wawancara akan lebih kredibel jika didukung oleh adanya sejarah kehidupan di masa sekolah, masyarakat, tempat bekerja, dan autobiografi. Secara spesifik, teknik pengumpulan data dengan

dokumen yang digunakan peneliti nantinya yakni dengan mengumpulkan dokumen yang ada di iNews TV Magelang dan pengambilan foto saat pelaksanaan observasi di lapangan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dokumen pribadi milik iNews TV Magelang berupa Proposal Pemulihan Evaluasi Uji Coba Siaran yang didalamnya memuat profil instansi iNews TV Magelang. Dokumen ini pula yang membantu peneliti untuk melihat bagaimana susunan struktur sehingga bisa membantu menganalisis dari data dengan mengaitkan dengan topik penelitian peneliti.

5. Jenis Sumber Data

5.1 Sumber primer

Sugiyono (2015, hlm. 137) menjelaskan bahwa sumber atau data primer adalah sumber data yang didapatkan dengan memberikan secara langsung data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini adalah data dari hasil wawancara dengan karyawan iNews TV Magelang, hasil observasi yang dilakukan peneliti di lokasi penelitian dengan mengamati segala aktivitas, perasaan, dan perilaku dari setiap karyawan di iNews TV Magelang.

5.2 Sumber sekunder

Sumber data data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2015, hlm. 134). Data sekunder yang digunakan yakni data yang berasal dari dokumen internal yang dimiliki iNews TV Magelang, jurnal acuan peneliti dan kepustakaan sebagai sumber referensi peneliti.

6. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2008) dalam Wanto (2018, hlm. 41), analisis data merupakan sebuah proses dalam mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan diinformasikan kepada orang lain. Analisis data kualitatif menurut Seiddel (1998) dalam Moleong (2010, hlm. 248) adalah konsep analisis data yang prosesnya (1) Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumbernya dapat ditelusuri; (2) Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensintesiskan, membuat ikhtisari, dan membuat indeksinya; dan (3) Berpikir, untuk membuat agar kategori data yang didapatkan memiliki makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan- hubungan, dan membuat temuan-temuan umum.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data model Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2015, hlm. 246-249) yang mana analisis data ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data selesai dilakukan dalam periode tertentu dalam hal ini dalam waktu satu minggu terhitung dari 25 April 2021 hingga 7 Mei 2021. Tahapan pertama pada proses analisis data model Miles dan Huberman ialah reduksi data (*data reduction*) proses ini diperoleh dari lapangan yang perlu dicatat dengan rinci dan teliti.

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, kemudian dicari tema dan polanya. Hal ini ditujukan untuk memberikan gambaran dan mempermudah seorang peneliti untuk mengumpulkan data dan mencari tambahan data jika

diperlukan. Proses ini tentu dilakukan setelah peneliti melakukan wawancara dan melakukan pengamatan di lokasi penelitian.

Kemudian, transkrip wawancara dipilah-pilah oleh peneliti untuk mendapatkan fokus penelitian yang dibutuhkan. Pada proses ini, peneliti memproses data yang didapatkan di lapangan baik melalui pengamatan maupun wawancara. Peneliti memilah-milah informasi yang ada pada transkrip wawancara dengan karyawan iNews TV Magelang untuk mencari data yang dibutuhkan oleh peneliti agar lebih fokus dalam membahas data. Tahapan ini dilakukan peneliti dengan cara memberi warna berbeda pada setiap jawaban dan topik yang diberikan yang sekiranya menjawab pertanyaan peneliti untuk memudahkan peneliti membaca kembali inti jawaban narasumber.

Tahapan kedua adalah penyajian data (*data display*), yang dapat disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan hubungan antar kategori. Yang mampu membantu peneliti lebih memahami data yang didapatkan dan melakukan analisis mendalam. Pada tahap ini, setelah peneliti melakukan pengorganisasian untuk data yang didapatkan, peneliti menguraikan temuan data yang didapatkan supaya memudahkan peneliti melakukan penarikan kesimpulan dan membantu peneliti melakukan koreksi data jika terdapat data yang dibutuhkan belum terjawab. Pada tahap ini, peneliti menuliskan kembali hasil wawancara yang dibutuhkan dengan melakukan reduksi data sebelumnya. Kemudian, hasil wawancara tersebut dituliskan kedalam bentuk narasi pada temuan data dengan didukung dari hasil pengamatan peneliti di lokasi penelitian.

Tahapan ketiga berikutnya ialah penarikan kesimpulan atau verifikasi

(*Conclusions drawing/verification*), proses yang ketiga ini dilakukan peneliti mulai dari awal peneliti mengumpulkan, memilah dan memilih, serta menguraikan data yang tahap akhirnya keseluruhan data yang didapatkan oleh seorang peneliti dapat disimpulkan. Pada proses analisis data yang ketiga, peneliti membuat kesimpulan dari data-data yang ditemukan secara keseluruhan untuk bisa menjawab rumusan masalah yang dituliskan dalam penelitian. Apabila data yang ditemukan oleh seorang peneliti didukung oleh bukti-bukti yang kredibel dan bersifat konsisten dari awal, maka kesimpulan yang dituliskan nantinya pun merupakan kesimpulan yang bersifat kredibel atau valid dan rumusan masalah pun bisa terjawab.

7. Triangulasi Data (Validitas Data)

Pada penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan metode triangulasi data untuk menguji validitas data yang didapatkan dari karyawan di iNews TV Magelang. Metode ini dipilih untuk membantu peneliti dalam melakukan pengecekan data yang didapatkan dari wawancara dalam waktu yang sudah ditentukan untuk mendapatkan data yang valid atau kredibel. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Sugiyono (2015, hlm. 273) bahwa metode ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.

Terdapat tiga triangulasi data (Sugiyono, 2015, hlm. 274) antara lain pertama triangulasi sumber, merupakan metode dalam menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yang terkait. Kedua adalah triangulasi teknik, merupakan metode yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk menguji

kredibilitas data dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, misalnya setelah melakukan wawancara, untuk mendapatkan data yang valid, peneliti bisa melakukan observasi atau mendapatkan data dari dokumen sebagai pelengkap wawancara.

Setelah melakukan pengecekan lebih lanjut kemudian ditemukan data yang berbeda, maka seorang peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data. Ketiga ialah triangulasi waktu, metode ini dilakukan dengan mengamati situasi dan kondisi pada saat pengumpulan data di lapangan. Sebagai contoh, ketika melakukan wawancara di pagi hari oleh narasumber, kondisi fisik narasumber masih segar dan belum terjadi banyak masalah, sehingga situasi tersebut mampu membantu seorang peneliti dalam mendapatkan data yang valid.