

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Komunikasi adalah hal yang mendasar yang sangat dibutuhkan oleh manusia pada umumnya, hal tersebut timbul dan berkembang karena besarnya peran komunikasi untuk membangun kontak sosial antara manusia di dalam suatu lingkungan sehingga terjadi sosialisasi.

Seiring perkembangan teknologi yang sangat pesat, proses komunikasi terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi. Kebutuhan manusia untuk mengetahui informasi secara cepat dan akurat menjadikan komunikasi semakin penting dan sangat dibutuhkan oleh manusia.

Menurut Soekanto, dalam Setiawan (2007:1) Informasi saat ini sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi setiap manusia, apalagi manusia sejak lahir sudah dibekali dua sifat yang hakiki yang menunjukkan identitasnya selaku makhluk sosial. Pertama selalu ingin tahu keadaan alam sekitarnya, kedua selalu ingin memberitahukan keadaan dirinya, terutama pengalamannya yang baru dan sangat berkesan pada dirinya.

Manusia adalah makhluk belajar, belajar dalam arti perubahan perilaku kecuali instrinsik adalah dari hasil belajar. Dari hasil belajar itulah manusia memilih dan mengambil informasi – informasi yang mereka butuhkan. Rahkmat dalam Setiawan, (2007:1).

Seperti anak-anak yang cenderung memilih informasi pendidikan dan hiburan, anak muda akan lebih memilih informasi tentang tempat-tempat *hang-out*, *trend* berpakaian, *trend music* yang sedang disenangi, sedangkan orang tua akan lebih cenderung memilih informasi tentang pilkada disuatu daerah, informasi politik informasi-informasi yang tergolong *hard news*. Agar kebutuhan akan informasi tersebut dapat terpenuhi, disinilah peranan media penyiaran untuk menjadi salah satu sarana penyampaian informasi yang akurat bagi khalayak.

Keberhasilan sebuah media dalam menciptakan program-program yang berkualitas sangat besar dipengaruhi oleh keberadaan karyawan atau yang biasa disebut *crew* dalam program tersebut. Untuk memperolehnya, maka komunikasi yang efektif dan baik sangat diperlukan untuk menyinergikan sebuah organisasi untuk mencapai kesuksesan.

Komunikasi sangat diperlukan untuk keberlangsungan aktivitas, baik dalam menyampaikan sebuah pesan kepada atasan, bawahan, maupun teman yang berada di program yang sama di media tersebut. Sebagai bagian terpenting dalam menjalankan sebuah misi di organisasi, maka komunikasi kemudian menjadi suatu hal yang menarik perhatian peneliti dalam melakukan penelitian komunikasi organisasi di PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh (TRANS7).

Dalam hal ini, TRANS7 sebagai salah satu stasiun televisi nasional di Indonesia yang mengusung slogan “Aktif, Cerdas, dan Menghibur”, hingga kemudian menjadi landasan dalam menciptakan program yang berisi

tayangan berkualitas sesuai dengan slogan tersebut. Selain itu, TRANS7 semula bernama TV7 (di bawah naungan Kelompok Kompas Gramedia KKG). Sejalan dengan perkembangan di dunia pertelevisian di Indonesia dan semakin ketatnya persaingan di bidang tersebut, maka pada tanggal 4 Agustus 2006, KKG menjalin hubungan kerjasama (*strategic partnership*) dengan CT Corp. Pada proses selanjutnya, untuk lebih mendekatkan diri dengan pemirsa, maka pada tanggal 15 Desember 2006 TV7 melakukan *relaunch* dengan berganti logo dan nama menjadi TRANS7.

TRANS7 berada dalam group media TRANSMEDIA yang diharapkan dapat menjadi televisi yang maju, dengan program-program *in-house productions* yang bersifat informatif, kreatif, dan inovatif. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti meneliti mengenai komunikasi organisasi yang terdapat di salah satu program di TRANS7 yang banyak menarik perhatian masyarakat di Indonesia, terutama anak-anak, yakni Program Laptop si Unyil.

Menghasilkan tayangan yang memberikan pendidikan dan hiburan yang menarik menjadi tantangan yang sangat besar dalam program ini. Dibutuhkan komunikasi organisasi yang benar-benar efektif sehingga terhindar dari kesalahpahaman dalam pengerjaannya dan peran Departemen Produksi mengambil andil yang cukup besar dalam keberhasilan sebuah program.

Seperti kita ketahui, Departemen Produksi menurut Morissan (2008: 269) dapat diorganisir secara vertikal (hierarkis) dan juga secara horizontal (kooperatif). Pada sistem vertikal, komando produksi mengalir dari atas ke

bawah, misalnya dari *manager* kepada *produser*, *produser* kepada sutradara, dan selanjutnya kepada tim kreatif dan produksi. Sedangkan pada sistem horizontal, terdapat tim produksi yang memiliki kewenangan yang sama dan keputusan dibuat bersama. Tim produksi bukanlah tim yang murni demokratis, namun selalu membutuhkan kerja kolektif dari seluruh individu yang terlibat.

Seluruh tim produksi program Laptop si Unyil terus berupaya melakukan komunikasi, baik secara vertikal maupun horizontal sehingga dapat mencapai visi dari program tersebut. Komunikasi organisasi yang baik tentunya juga berperan besar di dalamnya.

Komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (*small group communication*), bersifat tatap muka, Mulyana (2008:82). Umpan balik dari seorang peserta dalam komunikasi masih bisa diidentifikasi dan ditanggapi langsung oleh peserta lainnya. Misalnya komunikasi kelompok yang terjadi antara seorang pemimpin dengan sekelompok karyawan. Komunikasi kelompok kecil dengan sendirinya akan melibatkan komunikasi antar pribadi atau *interpersonal communication*, Mulyana, (2008:82).

Secara keseluruhan pembahasan tentang komunikasi kelompok ini dengan jenis komunikasi lainnya memiliki keterkaitan satu sama lain, yang mampu membentuk suatu kesatuan konsep yang mempengaruhi pola komunikasi untuk mencapai keberhasilan Program Laptop si Unyil.

Kemudian, peneliti melakukan penelusuran lebih lanjut mengenai komunikasi dalam program ini. Pola komunikasi yang masih kurang teratur dan baik akhirnya mempengaruhi kinerja sebuah tim dalam program ini. Adakalanya setelah menyiapkan beberapa hal dalam produksi, seperti proyeksi tayang bulanan oleh *producer* dan *crew*, tiba-tiba mengalami perubahan karena timbulnya berbagai macam kendala.

Kendala tersebut bisa terjadi karena adanya kesibukan dari pihak *dubber*, keterlambatan pengiriman *voice over*, reporter yang tidak siap untuk melakukan liputan, dan kendala lainnya yang berdampak kepada proses editing yang memakan waktu yang cukup lama.

Dari latar belakang tersebut, kemudian menimbulkan keinginan peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DEPARTEMEN NEWS DALAM MEMPRODUKSI PROGRAM TELEVISI”.

## **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

1. *Dubber* sering terlambat mengirim *Vo* sehingga memperlambat proses editing!
2. *Production Assistant* sering lupa memberi tahu editing saat memberikan file hasil liputan dan mengkopi file *Vo* para *Dubber*!
3. *Producer* sering menunda untuk mengedit skrip hasil liputan!
4. Ketidaksiapan Reporter untuk liputan sehingga berpengaruh pada jadwal proyeksi yang telah di susun oleh *Producer* dan *Assistant Producer*!

### C. Fokus Penelitian

Fokus peneliti mengacu pada pola komunikasi saat proses produksi dan mengatasi kendala apa saja yang terjadi pada saat proses produksi program acara televisi (Laptop si Unyil).

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka penulis mengemukakan masalah yang di rumuskan dalam bentuk pertanyaan yaitu:

1. Bagaimana pola komunikasi organisasi saat Proses Produksi pada program Laptop si Unyil TRANS7?
2. Faktor penghambat yang mempengaruhi komunikasi organisasi saat melakukan proses produksi program Laptop si Unyil TRANS7?

### E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pola komunikasi organisasi saat produksi suatu program acara televisi.
- b. Untuk mengetahui faktor penghambat komunikasi organisasi saat proses produksi.

#### 2. Manfaat penelitian

Penelitian ini juga memiliki kegunaan akademik dan kegunaan praktis sebagai berikut:

## 1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan terhadap khasanah Studi Ilmu Komunikasi dan penerapannya di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitaas Islam Riau, Konsentrasi Media Massa.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu untuk dapat memperluas cakrawala pengetahuan penulis tentang Komunikasi Massa.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Dengan dilakukannya penelitian ini, khususnya pada program Laptop si Unyil dapat menjalin komunikasi organisasi yang lebih baik dan dapat di terapkan dalam mengerjakan suatu program agar bisa membuat program tersebut lebih menarik.
- b. Dapat menjadi pedoman pada peneliti selanjutnya, jika meneliti pada permasalahan yang sama.