

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk sosial, manusia akan selalu berkeinginan untuk berbicara, tukar menukar gagasan, mengirim dan menerima informasi, membagi pengalaman, bekerjasama dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan, dan sebagainya. Berbagai keinginan tersebut hanya dapat tepenuhi melalui kegiatan komunikasi dengan orang lain dalam suatu sitem sosial tertentu, termasuk didalamnya suatu sistem organisasi atau diperusahaan atau disebaliknya. Kemampuan berorganisasi adalah salah satu kemampuan yang sangat penting bagi pimpinan maupun anggota. Dalam suasana aktivitas diorganisasi, komunikasi sangat diperlukan sebagai upaya untuk menjaga kinerja, baik internal maupun eksternal. Komunikasi dengan olega merupakan aktivitas yang sangat penting karena kedudukan antara satu anggota dengan anggota lain pada hakikatnya saling terkait.

Komunikasi dalam organisasi sangatlah penting karena dengan adanya komunikasi maka seseorang bisa berhubungan dengan orang lain dan saling bertukar pikiran yang bisa menambah wawasan seseorang dalam bekerja atau menjalani kehidupan sehari-hari. Maka untuk membina hubungan kerja antar pegawai maupun antar atasan bawahan perlulah membicarakan komunikasi secara lebih terperinci.

Komunikasi adalah suatu aktifitas yang melekat dalam kehidupan manusia baik sebagai individu maupun dengan manusia lain. Komunikasi menjadi sangat penting dalam kehidupan manusia bukan saja komunikasi sebagai alat penyalur pesan, ide, gagasan, atau buah pikirannya saja, tetapi komunikasi digunakan sebagai alat untuk mengajak atau memengaruhi orang lain. Selain itu, komunikasi juga merupakan alat interaksi untuk menyamakan persepsi dan mencapai berbagai tujuan individu, kelompok, peruhan maupun masyarakat.

Pentingnya komunikasi bagi kehidupan manuia, sehingga komunikasi dipelajari dan dikembangkan guna meningkatkan kemampuan komunikasi dengan sesamanya dan dapat berkomunikasi secara efektif mencapai tujuan, sedemikian pentingnya komunikasi tidak hanya pada hubungan individu yang satu dengan individu yang lain saja, tetapi komunikasi sangat penting bagi individu sebagai pimpinan dan karyawan dalam suatu perusahaan. Teknik berkomunikasi yang tepat akan membuahkan tercapinya tujuan perusahaan.

Untuk melancarkan komunikasi yang baik dalam sebuah organisasi maka seorang pimpinan atau yang lainnya memerlukan pola komunikai yang baik , interaksi antara bagian satu

yang lainnya berjalan secara harmonis, dinamis dan pasti. Selain itu apa yang menjadi cita-cita dan tujuan akan tercapai secara efektif.

Organisasi mempunyai dua prinsip yang tidak boleh dilupakan, yaitu organisasi harus bertahan (*survive*) dan berkembang (*develop*). Dalam organisasi manapun tidak akan bertahan lama apabila didalamnya tidak terjadi komunikasi yang baik antara pimpinan dengan karyawan dan sebaliknya. Hubungan yang harmonis diantara para karyawan disebabkan oleh komunikasi timbal balik yang baik. Demikian pula interaksi antara pimpinan organisasi atau perusahaan, apakah ia manajer tingkat tinggi (*top manager*) atau manajer tingkat menengah (*middle manager*) dengan khalayak luar organisasi (Modjiono, 2002:33).

Seorang pemimpin organisasi, manajer atau administrator harus memilih salah satu dari berbagai metode dan teknik komunikasi yang disesuaikan dengan situasi pada waktu komunikasi itu dilancarkan. Maka dibutuhkan pola-pola pengembangan komunikasi yang baru dan pada gilirannya nanti melahirkan strategi-strategi yang inovatif sehingga dapat memperkokoh koordinasi semua komponen (Effendy, 2003:116).

Organisasi pasti selalu ada dalam instansi tertentu, seperti diperusahaan. Perusahaan memiliki sistem organisasi yang kompleks, bahkan semakin berkembangnya teknologi komunikasi sistem organisasi semakin rumit, karena hal itu menyangkut bagaimana individu-individunya berkomunikasi secara intens dan tetap efektif dalam menjalankan tugas mereka serta masalah-masalah yang dihadapi tiap individu dalam berorganisasi.

Terdapatnya organisasi yaitu terciptanya interaksi komunikasi dari beberapa individu atau kelompok yang memiliki tujuan sama, sederhananya yang ingin dikenal oleh masyarakat luas dan kepercayaan dari kerjanya serta diakui eksistensinya oleh masyarakat dalam rangka mendapatkan dukungan, pengakuan, dan penguatan dari masyarakat. Maka dibentuklah institusi atau yang sering kita kenal organisasi, sebagai wadah dan kelompok individu berkepentingan sama dan untuk mencapai tujuan yang sama (Wildan,2013:41).

Jadi secara umum kita semua sama-sama mengetahui apa itu organisasi, tiap haripun kita sering melafalkan maupun mendengarkan kata organisasi dalam berbagai perbincangan. Lazimnya kita sering menyebutkan istilah organisasi itu sebagai sebuah perkumpulan, tim, kelompok dan sebagainya yang sama-sama bekerja untuk mencapai tujuan bersama.

Banyak orang mendefinisikan istilah organisasi dengan berbagai latar belakang mereka, sederhananya organisasi itu menurut perspektif ilmu komunikasi, organisasi ialah terbentuk bukan karena adanya dokumen surat keputusan atau pengesahan, tetapi organisasi ada sejak adanya interaksi komunikasi yang terjalin diantara orang-orang yang menunjukkan bahwa mereka tengah berorganisasi (Morisan,2009:25).

Kegiatan-kegiatan dalam menangani suatu permasalahan pada suatu organisasi atau perusahaan, tidak terlepas dari bagaimana pola komunikasi yang tercipta didalamnya. Jika pola komunikasi dalam organisasi tersebut baik, maka tiap individunya yang ada di dalam perusahaan tersebut akan saling merespon dengan baik, memberikan motivasi agar lebih meningkatkan loyalitas untuk perusahaan, saling membantu saat menghadapi masalah yang dihadapi individu dalam berorganisasi, serta tidak adanya saling menjatuhkan dalam posisi atau jabatan.

Adanya hambatan-hambatan itu dikarenakan proses komunikasi karyawan dalam menyampaikan pesan kepada atasan, atau sebaliknya, semuanya harus melewati banyak tahapan atau prosedur. Sehingga yang terjadi pesan-pesan tersebut menjadi multi tafsir atau ambiguitas setelah sampai pada atasan, yang sering dipahami keliru dari pesan awalnya. Singkatnya, tingkatan rantai komunikasi dapat menambah, mengurangi, merubah atau sangat berbeda dengan berita aslinya (Handoko,2009:284). Lain halnya salah satu hambatan yang dikemukakan Kreitner Dan Kinicki (2010: 404) salah satu hambatannya yaitu *Physical Barriers* : Hambatan fisik dapat berupa suara, waktu, tempat dan lainnya lagi, seperti perbedaan zona waktu, gangguan saluran telepon, jarak dari orang lain, komputer rusak atau hambatan yang lainnya. Itu semua tergantung bagaimana komunikasi yang dibangun dan dikembangkan dalam perusahaan tersebut.

Salah satu perusahaan media cetak koran yang ada di Cirebon dalam kepemimpinannya yang menekankan kedisiplinan, membangun sikap berdedikasi tinggi, membina rasa tanggung jawab, dan memberi motivasi kerjasama diantaranya : Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON” yang berdiri pada tanggal Rabu, 2 Mei 2012 M, yang berada dilokasi JL. Pangeran Cakra Buana No.3 Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon. Perusahaan tersebut yang didasarkan atas niat dan i'tikad hati yang lurus, teguh serta baik, menjadikan perusahaan sebagai media dengan fungsi pemberi informasi, kritik sosial dan, menyuguhkan hiburan, juga menjadi wahana pembelajaran bagi warga bangsa secara holistik.

Seiring dengan perkembangan zaman, kini alat teknologi komunikasi khususnya diindonesia saat ini semakin canggih dalam kehidupan masyarakat dan tidak dapat dihindarkan. Seperti bertambah banyaknya masyarakat menggunakan media komunikasi dengan *handphone*. *Handphone* pada awalnya merupakan barang yang dianggap mewah dan dianggap langka, serta hanya orang kalangan ekonomi atas yang dapat memilikinya. Namun seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, kini *handphone* sudah menjadi barang primer serta sudah mudah untuk dibeli.

Peneliti melihat perkembangan zaman yang sudah sangat pesat yang begitu modern alat teknologi yang canggih seperti *hanphone*. Kini masyarakat sangatlah mudah untuk mencari kebutuhan ingin mengetahui informasi apa yang dinginkannya dengan lewat *handphone* begitu saja.

kini Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON” khususnya entah kenapa masih sangat eksis, masih tetap berkembang dan perusahaannya menambah maju khususnya di media cetak korannya.

Kini peneliti melihat permasalahan yang dikaji dalam penelitian adalah bagaimana pola komunikasi organisasi yang dilakukan, faktor apa saja yang mempengaruhi, dan kendala-kendala apa yang dihadapi pada Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON”. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi, faktor apa saja yang mempengaruhi, dan kendala-kendala yang dihadapi. Objek kajian dalam penelitian ini adalah pelaksanaan pola komunikasi organisasi pada Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan pola komunikasi organisasi di Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON” sudah baik yaitu telah melaksanakan tahap-tahap dalam pola komunikasi organisasi pada umumnya, yaitu meliputi pola komunikasi yang dilakukan, faktor-faktor yang mempengaruhi dan kendala-kendala yang dihadapi, walaupun masih ada kekurangan dalam penerapan yang dilakukan di perusahaan, tetapi pola komunikasi organisasi di perusahaan sudah berjalan dengan baik.

Salah satu bentuk faktor yang dapat mempengaruhi di Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON” yakni para karyawan yang ada di Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON” bebas berkomunikasi dengan siapapun dan bagaimanapun sesuai kondisi. Tidak adanya pembatas antara wartawan dengan pimred (Pimpinan Redaksi) untuk berkomunikasi dan dalam pekerjaannya siapapun yang dapat mengambil dan melaksanakan pekerjaan proyek tertentu, seseorang berhak memimpin proyek tersebut, karena setiap karyawan memiliki tanggung jawab dalam memajukan perusahaannya. Didalam perusahaan tetap menerapkan struktural karna sudah ada didalam peraturan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Seperti komunikasi formal vertikal dari atas kebawah menerapkan bahwasannya bawahan harus melaksanakan tugas dari atasan apabila atasan menginstruksikan kebawahannya untuk melaksanakan tugas yang sudah diberikan oleh atasannya. Begitu sebaliknya, komunikasi vertikal keatas para pimpinan menerima usulan-usulan dari bawahannya guna untuk kemajuan perusahaan.

Komunikasi nonformal kini komunikasi yang sering diterapkan oleh perusahaan “FAJAR CIREBON” komunikasi ini sangat penting untuk perusahaan. Karena komunikasi nonformal, komunikasi yang efektif untuk menjalin keakraban dalam membangun kinerja masing-masing pegawai, dan lebih harmonis dalam menjalani persaudaraan didalam berkomunikasi ketika ada suatu masalah penanganannya tidak terlalu serius karna komunikasi nonformal khalayak penanganan masalahnya dengan menjalin kekeluargaan sehingga antar sesama pegawai lebih saling menghormati satu sama yang lainnya.

Pola komunikasi yang diterapkan pada Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJARCIREBON” yang bisa menjadikan perusahaan tetap maju dan berkembang sesuai hasil yang didapatkan peneliti yakni pola komunikasi baik kebawah (*downward communication*) maupun keatas (*upward communication*) terhadap sesama pegawai, yang mempunyai pengaruh positif pada terhadap komunikasi yang menjaga keharmonisan dan menjalin keakraban didalam perusahaan untuk menjalankan pekerjaannya. Pengaruh yang positif hal itu menunjukkan bahwa pola komunikasi keatas dan pola komunikasi kebawah yang ada akan membuat perusahaan akan lebih meningkat. Semakin baik pola komunikasi maka semakin baik pula, dengan kata lain apabila salah satu darinya menghasilkan yang baik maka akan mengalami peningkatan-peningkatan yang akan menjadi pendukung dalam perkembangan aktifitas organisasi sehingga komunikasi yang didapaknya berjalan dengan efektif.

Hal ini yang menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti di Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON” tentunya. Pola komunikasi organisasi seperti bagaimana yang mereka terapkan, karena setiap perusahaan berjalan dengan baik ditentukan oleh pola komunikasi yang diterapkan, karena hal itu menyangkut banyak aspek seperti perjalanan arus informasinya, jenis komunikasi yang digunakan maupun pengambilan sikap terhadap situasi dan kondisi yang diambil setiap individu yang berorganisasi terutama manajemen konflik yang baik.

Menyadari begitu pentingnya pola komunikasi dalam suatu organisasi, untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti **Pola Komunikasi Organisasi Di Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON”**.

B. Identifikasi Masalah

Pada bagian ini, peneliti akan mengidentifikasi berbagai permasalahan yang ada pada objek yang akan diteliti. Identifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Adanya informasi rendah alur informasi dari atas kebawah sering tidak sinkron.
- b. Komunikasi antar pengurus yang memungkinkan pesan tidak dipahami dan sering berubah untuk dilaksanakan dalam tatanan manajerial.
- c. Proses produksi berita sering melibatkan interaksi komunikasi, yang kadang belum bisa diterapkan dengan baik sehingga menimbulkan pesan komunikasi secara lahiriah atau manusiawinya tidak maksimal.

C. Pembatasan Masalah

1. Untuk menghindari dari pelebaran masalah dan keterbatasan peneliti serta waktu yang tersedia, maka peneliti ini hanya dibatasi pola komunikasi organisasi antara pimpinan

redaksi dan wartawan yang terjadi di Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON”.

2. Pola komunikasi organisasi yang diterapkan dalam keseharian di Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON”.

D. Perumusan Masalah

1. Bagaimana Pola Komunikasi Organisasi antara pimpinan redaksi dan wartawan di Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON” ?
2. Bagaimana hambatan-hambatan yang terdapat dalam Pola Komunikasi Organisasi antara pimpinan redaksi dan wartawan di Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON”?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pola komunikasi organisasi antara pimpinan redaksi dan wartawan di Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON”?
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan hambatan yang terdapat dalam Pola Komunikasi Organisasi di Perusahaan Media Cetak Harian Umum “FAJAR CIREBON”

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat:

1. Manfaat teoritis

Sebagai bahan perbandingan antara teori selama belajar di bangku perkuliahan dengan realitas di lapangan, sehingga antara teoritis dan praktisnya diperoleh pemahaman yang utuh, serta sebagai bahan acuan dibidang penelitian ilmu komunikasi terutama komunikasi organisasi.

2. Manfaat Praktisi

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah:

- a. Perusahaan

Memberikan masukan bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan pola komunikasi yang terjalin setiap individu, karena berbicara organisasi berbicara pula perilaku individunya dan juga bahan pertimbangan bagi perusahaan.

- b. Akademis

Hasil peneliti ini diharap dapat dijadikan masukan yang positif dan dijadikan referensi dalam penelitian bagi mahasiswa komunikasi penyiaran islam IAIN syekh nurjati Cirebon

c. Penulis

Bagi penulis sendiri lebih ke arah aplikatifnya, dari sebuah teori yang berdialektika menjadi pemahaman kontekstual. Artinya ilmu komunikasi organisasi yang alakadarnya dipahami, penulis terapkan untuk membentuk organisasi dilingkungannya sendiri

G. Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah studi mengenai metode-metode ilmiah yang digunakan dalam penelitian (Widodo, 2018 : 66). Metode ilmiah tersebut meliputi :

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif, karena penelitian ini ditujukan untuk memahami suatu fenomena atau pun permasalahan yang terdapat pada objek penelitian.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus (*case study*), karena penelitian ini ditujukan untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang suatu program, peristiwa, aktivitas, atau pun permasalahan yang bersifat kontemporer pada seseorang, sekelompok, lembaga, atau organisasi tertentu.

3. Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua sumber data penelitian, yakni : Sumber data primer, dan sumber data sekunder.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data, di antaranya : Observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ditujukan untuk mengelola data ke dalam suatu pola, kategori, atau urutan tertentu. Teknik analisis data pada penelitian ini, di antaranya : Reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan.

6. Informan

Informan merupakan orang yang memberi informasi dan sebagai sumber data pada penelitian ini. Peneliti akan menetapkan informan berdasarkan kriteria tertentu.

H. Sistematik Penulisan

Sesuai kerangka penulisan, penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, merupakan uraian tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Pertanyaan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian.

BAB II: Tinjauan Pustaka, merupakan landasan teori dan gambaran umum mengenai pengertian atau definisi komunikasi, organisasi, komunikasi organisasi, pola komunikasi organisasi, teori komunikasi, relasi pimpinan dan karyawan, dan saluran-saluran komunikasi.

BAB III: Metodologi Penelitian, jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, sistematik penulisan, rencana waktu penelitian.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan, membahas mengenai gambaran umum lokasi penelitian, pengumpulan data, analisis dari penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB V: Kesimpulan dan Saran, didalamnya membahas mengenai kesimpulan dan hasil penelitian dan saran-saran yang dapat menjadi bahan masukan bagi pihak-pihak terkait ataupun para pembaca pada umumnya

