

STRATEGI KOMUNIKASI PADA TIM PROGRAM PEMBERITAAN DALAM PELAKSANAAN KOORDINASI PENAYANGAN DI ANTV

COMMUNICATION STRATEGY ON THE NEWS PROGRAM TEAM IN IMPLEMENTING ANTV VIEW COORDINATION

Andini Puteri Mega¹, Yuliani Rachma Putri²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

andiniiii@student.telkomuniversity.ac.id¹, yulianirachmaputri@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Salah satu stasiun televisi yang menayangkan informasi serta hiburan adalah PT. Cakrawala Andalas Televisi atau ANTV. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi komunikasi terkait pelaksanaan koordinasi penayangan pada tim program pemberitaan di ANTV dan ditinjau melalui Teori Strategi Komunikasi oleh Rogers. Sumber yang terdiri dari kredibilitas dan daya tarik, pesan, media, khalayak, serta waktu merupakan aspek yang terdapat dalam strategi komunikasi. Jenis pada penelitian ini adalah kualitatif, dengan pendekatan deskriptif menggunakan metode pengumpulan data wawancara kepada lima informan yang terdiri dari informan kunci, informan utama, serta informan ahli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilaksanakan pada program pemberitaan di ANTV terkait pelaksanaan koordinasi penayangan berjalan sesuai dengan koordinasi yang diberikan.

Kata kunci: strategi komunikasi, komunikasi organisasi

ABSTRACT

One of the television stations that broadcast information and entertainment is PT. Cakrawala Andalas Televisi or ANTV. This study aims to describe the communication strategy related to the implementation of broadcast coordination on the news program team at ANTV and reviewed through the Communication Strategy Theory by Rogers. Sources consisting of credibility and attractiveness, message, media, audience, and time are aspects of the communication strategy. This type of research is qualitative, with a descriptive approach using interview data collection methods to five informants consisting of key informants, main informants, and expert informants. The results showed that the communication strategy carried out in the news program on ANTV related to the implementation of broadcast coordination went according to the coordination given.

Keyword: communication strategy, organization communication

1. PENDAHULUAN

Media massa sangat bermanfaat bagi ruang komunikasi dalam informasi yaitu sebagai penyebar informasi, salah satunya adalah televisi. Media massa memiliki fungsi seperti menghibur yang tujuannya dapat meredakan kemelut masyarakat berkat melihat berita-berita ringan atau menonton cuplikan hiburan pada televisi berhasil menciptakan pikiran pemirsa segar kembali (Elvinaro, 2017). Televisi adalah media massa yang penyajiannya berupa gambar dan video disertai dengan iringan suara, atau biasa disebut audiovisual. Oleh karena itu, televisi memiliki keistimewaan dibanding media massa lainnya. Daya tarik maksimal itulah yang menciptakan televisi masih marak dibanding media yang lainnya (Effendy, 2017).

Dalam televisi, terdapat stasiun-stasiun televisi yang melengkapi mekanisme penyiaran kepada pemirsa televisi. Di Indonesia telah banyak saluran stasiun televisi yang menayangkan program-program yang menarik berisi tentang informasi serta hiburan. Salah satu stasiun televisi yang menayangkan program berisi informasi serta hiburan adalah stasiun televisi ANTV. PT. Cakrawala Andalas Televisi adalah salah satu televisi swasta di Indonesia. ANTV ditayangkan tepat pada tanggal 1 Januari 1993 di kota Bandar Lampung dan sekitarnya. Berawal dari sebuah siaran lokal, beberapa waktu ANTV secara resmi ditayangkan ke penjuru Indonesia dari Jakarta. Selama mengudara, ANTV menayangkan program-program yang menarik bagi masyarakat.

Pemirsa televisi di Indonesia disuguhkan dengan program televisi yang beragam seperti program musik, *infotainment*, berita serta serial drama atau sinetron. Apa yang ada dipikiran audiens perihal acara tayangan, lazimnya selalu mengenai acara-acara yang menarik serta menghibur (Morissan, 2009). Stasiun televisi yang memfokuskan programnya pada pemberitaan atau *news* adalah ANTV. Keberhasilan program pemberitaan di ANTV tercapai karena kerjasama yang baik dalam satu tim program tersebut. Program pemberitaan di ANTV menayangkan berita yang faktual dengan mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan sesuai dengan keadaan masa kini.

Penyusunan strategi komunikasi pada tim program pemberitaan di ANTV disusun untuk mencapai tujuan program. Dengan adanya strategi komunikasi yang baik dan terarah di dalamnya, maka program pemberitaan akan berjalan sesuai visi dan misinya. Sebuah produksi program harus memahami dan mengetahui siapa saja khalayak mereka. Kebutuhan khalayak terpenuhi melalui program yang disajikan (Morissan, 2011). Dalam strategi komunikasi pada tim program pemberitaan di ANTV dibutuhkan kerjasama seluruh tim program mulai dari penentuan target sasaran atau khalayak agar pelaksanaan koordinasi penayangan terlaksana dengan baik. Program pemberitaan di ANTV, strategi komunikasi disampaikan melalui *manager* serta diterima oleh tim program pemberitaan.

Program pemberitaan di ANTV saling bersaing dengan program pemberitaan stasiun televisi lainnya. Program pemberitaan ini menarik untuk diteliti karena strategi komunikasi yang dikelola serta diaplikasikan sehingga pelaksanaan koordinasi penayangan dilakukan dengan baik dari *manager* yang ditujukan kepada tim program pemberitaan. Penelitian ini bertujuan untuk

menggambarkan strategi komunikasi dalam pelaksanaan koordinasi penayangan pada tim program pemberitaan di ANTV dengan menggunakan teori Strategi Komunikasi. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui terkait bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh *manager* kepada tim program pemberitaan di ANTV dalam pelaksanaan koordinasi penayangannya.

Berdasarkan beberapa ketertarikan yang telah dijelaskan oleh peneliti, peneliti hendak mengangkat penelitian dengan judul “**Strategi Komunikasi pada Tim Program Pemberitaan dalam Pelaksanaan Koordinasi Penayangan di ANTV**”.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Definisi komunikasi sangat sering dikemukakan orang-orang untuk memberikan pengertian terhadap apa definisi dari komunikasi. Komunikasi adalah cara membangun hubungan untuk menciptakan dan menafsirkan pesan sehingga memperoleh respon (Griffin, 2012). Berdasarkan definisi tersebut, terdapat lima komponen komunikasi yaitu:

1. Pesan, merupakan inti dari komunikasi. Robert Craig menegaskan pada dasarnya komunikasi menyangkutkan dengan “mendengarkan dan berbicara, melakukan dan menyaksikan, menulis dan membaca, lebih umum lagi melakukan apapun yang melibatkan pesan dalam media atau situasi apapun”.
2. Penciptaan pesan, bahwa pesan biasanya dikonstruksi, diciptakan, direncanakan, dibuat oleh komunikator.
3. Penafsiran pesan, makna dalam suatu pesan diberikan untuk pencipta dan penerima tidak terletak dalam kata-kata yang diucapkan, dituliskan, atau diperankan. Pesan dari komunikasi akan menimbulkan interpretasi baru.
4. Proses relasional, menganggap bahwa komunikasi adalah sebuah proses. Komunikasi dapat menghubungkan sebuah proses yang ada.
5. Pesan yang mendapatkan respon, jika suatu pesan gagal menarik reaksi kognitif, emosional atau perilaku, maka tidak ada gunanya disebut sebuah komunikasi. Oleh karena itu, efek dari pesan yang disampaikan dalam kegiatan sebuah organisasi atau kelompok.

Definisi komunikasi merupakan suatu proses yang menjelaskan mengatakan apa (*says what?*), siapa (*who?*), dengan saluran apa (*in which channel?*), dengan akibat atau hasil apa (*with what effect?*), dan kepada siapa (*to whom?*) (Lasswell, 1960).

2.2 Komunikasi Organisasi

Organisasi terbentuk dari komponen komunikasi pada ikatan hierarki antara satu dengan yang lainnya. Pengiriman dan penerimaan informasi merupakan komunikasi organisasi yang luas (Muhammad, 2018). Jenis yang terdapat pada komunikasi organisasi adalah komunikasi formal dan komunikasi informal.

2.3 Koordinasi

Koordinasi adalah menggerakkan sebuah kegiatan seluruh unit-unit dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk memberikan sumbangan semaksimal mungkin yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi secara menyeluruh serta adanya koordinasi yang terdapat kesamaan aktivitas di antara unit-unit untuk mencapai tujuan organisasi (Manullang, 2011). Ciri-ciri sebuah koordinasi dalam suatu organisasi menurut (Handayani, 1991), yaitu:

1. Tanggung jawab yang terletak pada pimpinan.
2. Koordinasi adalah sebuah usaha hasil kerjasama
3. Koordinasi adalah suatu proses yang berjalan dengan terus-menerus.
4. Terdapat pengaturan dalam sebuah kelompok secara teratur.
5. Pada suatu koordinasi, terdapat suatu kesatuan dalam tindakan.
6. Koordinasi memiliki tujuan bersama yang disebut sebagai *common purpose*.

2.4 Strategi Komunikasi

“*Stratos*” yang berarti Strategi dalam bahasa Yunani kLasik memiliki arti tantara dan memimpin dari kata “*agein*” (Cangara, 2013). Dalam strategi yang diperlukan untuk sebuah tujuan, komunikasi sangat berkaitan pada prosesnya. pada meraih tujuan tersebut, strategi tidak berperan menjadi peta jalan hanya menunjukkan arah saja, namun melainkan dapat melihatkan cara bermain operasionalnya (Effendy, 1984).

R. Wayne Pace dkk. menuturkan bahwa Haluan pokok strategi komunikasi tersusun atas tiga haluan utama, yaitu:

1. *To secure understanding*, menentukan bahwa komunikan memahami pesan yang masuk.
2. *To establish acceptance*, pengertian pesan harus diayomi.
3. *To motivate action*, aktivitas sebuah strategi komunikasi mendapat dorongan (Effendy, 1984).

2.5 Unsur-Unsur Strategi Komunikasi

Terdapat unsur-unsur dalam strategi komunikasi, yaitu:

1. Sumber, berupa komunikator memiliki kredibilitas serta daya tarik dalam penyampaiannya.

2. Pesan, menentukan berhasil atau tidaknya cara ajakan yang dilaksanakan oleh pimpinan adalah penyampaian pesan.



3. Media, menjadi saluran komunikasi yang bersifat pribadi dan penyebarluasan pesan yang lebih luas.
4. Khalayak, ketika pesan dapat diterima oleh khalayak dan dipahami serta mendapat respon positif maka penyampaian pesan dikatakan berhasil.
5. Waktu, pengarah waktu dalam menyampaikan sebuah strategi komunikasi diperlukan agar koordinasi berjalan dengan sesuai.

2.6 Media Massa

Media sangat akrab dengan kehidupan manusia. Media massa merupakan suatu perlengkapan komunikasi mekanis yang digunakan untuk mengantarkan pesan kepada khalayak umum (Cangara, 2002). Pada media terdapat fungsi yang berguna untuk kelancaran sebuah penyampaian strategi komunikasi. Tiga fungsi media adalah memberikan informasi terkait lingkungan sekitar, menawarkan berbagai alternatif dan keputusan dalam penanganan masalah yang dialami orang banyak, serta mensosialisasikan nilai-nilai tertentu kepada masyarakat (Alamsyah, 2009).

2.7 Televisi

Awal mula televisi berasal dari kata *tele* yang bermakna “jarak” dari bahasa Yunani dan kata *visi* yang bermakna gambar atau citra dalam bahasa Latin. Penggunaan kata televisi mewujudkan suatu sistem penyajian representasi berikut suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh (Sutisno, 1993). Unsur yang dimiliki televisi menurut (Atmadja, 1993), yaitu:

1. Memiliki jangkauan yang luas dan dapat segera menyentuh rangsangan, pengelihatn, dan pendengaran manusia.
2. Dapat menghadirkan objek yang kecil atau besar, berbahaya atau langka.
3. Menyajikan perjalanan langsung kepada penonton.
4. Dapat meniadakan jarak dan waktu.

3. METODOLOGI

Pendekatan yang dipilih pada penelitian ini mengacu pada pendekatan kualitatif deskriptif. Sugiyono mendeskripsikan bahwa jenis penelitian adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (2014). Tujuan peneliti dalam memilih metode ini adalah guna memahami obyek yang diamati secara mendalam.

Selanjutnya, paradigma pada penelitian ini adalah menggunakan paradigma *post-positivisme*. Dalam menarik sisi objektif, aka nada korelasi peneliti dan partisipan yang dapat bertindak atas data *post-positivis* untuk mendapatkan hukum-hukum umum pendekatan yang dipilih

(Poerwandari, 2007). Subjek pada penelitian ini adalah tim program pemberitaan di ANTV. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sumber data dengan mempertimbangkan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan dan mencocokkan kembali informasi dari data yang telah diperoleh berdasarkan sumber yang berbeda (Sugiyono, 2009). Data dalam penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara kepada lima informan, yang selanjutnya data tersebut dianalisis hingga terdapat hasil dan kesimpulan penelitian.

4. PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dibahas mengenai bagaimana strategi komunikasi mengenai pelaksanaan koordinasi penayangan di ANTV. Berkaitan dengan pembahasan terkait dengan strategi komunikasi dalam teori strategi komunikasi menurut Rogers, terdapat lima unsur dalam strategi komunikasi. Lima unsur tersebut yaitu berupa sumber yang terdiri dari kredibilitas dan daya tarik, pesan, media, khalayak, serta waktu. Karena dengan unsur tersebut, strategi komunikasi dianggap terpenuhi bila terealisasi sesuai dengan tujuan dan perencanaan yang dihendaki oleh komunikator telah terwujud (Liliwari, 2011). Strategi komunikasi tersebut berjalan atas unsur-unsur yang ada pada suatu organisasi.

Hasil wawancara yang dilakukan pada lima informan yang terdiri dari satu informan kunci, tiga informan utama, dan satu informan tambahan atau informan ahli. Terkait dengan penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator yaitu *manager*, sumber tersebut dilihat kredibilitas berupa kedudukan, pendidikan, serta pengalaman yang dimiliki agar pelaksanaan koordinasi penayangan terlaksana dengan baik. Sedangkan, pada unsur daya tarik yang dimiliki oleh sumber yaitu berupa pengalaman serta latar belakang pendidikan. Tidak hanya itu, ruang lingkup yang luas sehingga terkenal di lingkungannya juga menjadi salah satu daya tarik yang dimiliki oleh sumber.

Berdasarkan hasil wawancara pada unsur pesan, keberhasilan penyampaian pesan dilihat dari apa yang disampaikan diterima dengan baik oleh tim program pemberitaan di ANTV. Dan, pada saat penerimaan pesan juga harus dilakukan proyeksi agar tidak terjadi adanya miskomunikasi pada proses penyampaiannya. Dalam unsur media berfungsi sebagai saluran dalam komunikasi. Media yang digunakan pada proses penyampaian pesan pada program pemberitaan di ANTV adalah media elektronik seperti *gadget* yaitu melalui *e-mail* dan *group chat*. Media tersebut berguna untuk mengkoordinasi pesan yang ingin disampaikan oleh *manager* kepada tim program pemberitaan di ANTV.

Unsur khalayak merupakan target dalam penyampaian sebuah pesan dalam pelaksanaan koordinasi penayangan pada tim program pemberitaan di ANTV. Khalayak yang dituju pada penyampaian strategi komunikasi adalah tim program pemberitaan di ANTV. Hal tersebut bertujuan agar penyampaian strategi yang dilakukan oleh *manager* kepada tim program pemberitaan diterima secara jelas dan tidak ada kekeliruan. Pada unsur selanjutnya yaitu waktu, menjadi unsur yang digunakan pada tahap awal perencanaan penyampaian strategi komunikasi.

Unsur waktu pada penelitian ini ditujukan mengenai waktu rapat atau *meeting* terkait penyampaian strategi komunikasi. Pada program pemberitaan di ANTV mengadakan rapat atau *meeting* setiap satu kali dalam seminggu. Karena pada program pemberitaan diperlukan evaluasi serta koordinasi dalam menayangkan berita yang terkini.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini Strategi Komunikasi pada Tim Program Pemberitaan dalam Pelaksanaan Koordinasi Penayangan di ANTV adalah strategi komunikasi yang dilakukan disampaikan oleh *manager* sebagai komunikator dan diterima oleh tim program pemberitaan sebagai komunikan. Pada penyampaian strategi komunikasi tersebut, sumber merujuk pada kredibilitas dan daya tarik yang dilihat dari kedudukan, riwayat pendidikan, pengalaman serta latar belakang pendidikan. Pada proses penyampaian strategi komunikasi, keberhasilan pesan terjadi karena seluruh tim program pemberitaan paham apa yang disampaikan oleh *manager* terkait pelaksanaan koordinasi penayangan. Keberhasilan penyampaian pesan juga diukur pada bertambahnya hasil *rating* dan *share*. Media yang dipilih pada saat penyampaian strategi komunikasi pada program pemberitaan di ANTV adalah media elektronik yaitu *gadget* yang berupa *laptop* serta *handphone*, dan melalui wadah *e-mail* serta *group chat*. Selanjutnya, pada khalayak target sasaran penerimaan pesan yaitu tim program pemberitaan, antusias saat menerima pesan dari *manager*. Pada kesimpulan terakhir, tim program pemberitaan melakukan *meeting* atau rapat secara rutin setiap hari atau sekali dalam seminggu. Hal tersebut bertujuan agar mengevaluasi serta mengkoordinasi program pemberitaan secara rutin yang dapat menghasilkan berita yang terkini.

REFERENSI

- Alamsyah, M. (2009). *Kiat Jitu Meningkatkan Prestasi dengan Mind Mapping*. Jogjakarta: Mitra Pelajar.
- Ardianto, Elvinaro. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Effendy, Onong Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Griffin, E. (2012). *In a First Look at Communication Theory*. Amerika: McGrew Hill
- Handyaningrat, Soewarno. (1991). *Administrasi Pemerintahan dalam Pembangunan Nasional*. Jakarta: Haji Masagung.
- Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- M. A, Morissan. (2009). *Teori Komunikasi Organisasi*. Bandung: Ghalia Indonesia
- Muhammad, Arni. (2018). *Komunikasi Organisasi*. PT. Bumi Aksara.
- Manullang, M. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Pres.
- Poerwandari, E.K. (2007). *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi*. Jakarta: LPSP3 Universitas Indonesia.
- Sutisno, P.C.S. (1993). *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*. PT. Gramedia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.