BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Kajian Pustaka

1. Keselarasan Dalam Membangun Visi

Komunikasi dikatakan berhasil apabila komunikator dan komunikan bisa menyamakan makna. Artinya, komunikasi tersebut bisa sesuai dengan harapan kedua belah pihak. Jika didevinisikan komunikasi mereka selaras. Setelah komunikator dan komunikan melakukan komunikasi, sama-sama berusaha untuk menciptakan makna dalam sebuah interaksi yang mereka bangun, maka tujuan yang utama yakni timbul sebuah keselarasan.

Keselarasan bermakna sama. Dalam kamus bahasa Indonesia keselarasan berasal dari kata laras yang artinya kesesuaian atau serasi.[28] Keselarasan dalam makna komunikasi yakni kesesuaian makna untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Tujuan adalah sasaran yang membimbing kegiatan organisasi. Ia adalah patokan penilaian terhadap efektivitas, keberhasilan, kelangsungan hidup, dan kemampuan beradaptasi perusahaan.

Komunikasi memainkan peranan penting dalam penetapan tujuan perusahaan, memantau kemajuan pencapainya dalam menetapkan waktu dan tempat yang tepat untuk melakukan definisi ulang tujuan perusahaan. Perusahaan dibentuk dengan tujan utama untuk melayani masyarakat. Seperti halnya sistem, kelangsungan hidup dan pertumbuhan suatu

[28] Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Difa Publisher hal: 517

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perusahaan tergantung pada ketersediaan sumber daya yang memadai. Perusahaan menyediakan barang dan jasa, sementara sebagai imbalannya biasanya dia menerima kompensasi.[29]

Keselarasan merupakan sarana utama untuk membangun masa depan perusahaan (visi). Visi berkaitan dengan pandangan ke depan ke mana instasi harus dibawa dan diarahkan agar dapat bekerja secara eksis, konsisten, antisipatif, inovatif, dan produktif. Visi pada hakikatnya adalah model masa depan organisasi yang menjadi komitmen dan milik bersama seluruh anggota organisasi. Perumusan dan penetapan visi merupakan langkah penting bagi pimpinan satuan organisasi dalam menetapkan kebijakan untuk mencapai tujuan organisasi. Visi harus bermanfaat dalam mengarahkan, meyakinkan serta memberi harapan untuk mencapai tujuan atau cita-cita, memperkuat komitmen, memotivasi dan menggerakkan semangat seluruh anggota satuan organisasi.[30]

Visi sendiri adalah daya dorong dan energi yang ditanamkan dalam instasi. Visi merupakan hal penting untuk dilekatkan pada kehidupan kerja karena visi yakni daya dorong yang membangunkan kehidupan instansi.[31] Sebagai acuan hukum dalam mengemban tugas, visi dan misi setidaknya dapat dikembangkan dalam berbagai sumber filosofis, antara lain:

---

[29] Brent D. Ruben, *Komunikasi Dan Perilaku Manusiai (*Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2013) hal: 326

[30]Ismail, *Visi dan Misi Depag*, Makalah (Surabaya: Balai Diklat Pegawai Teknis Keagamaan, 2005), hal :4

[31]Paul Birch, *Instant Leadership* (Jakarta: Erlangga, 2001), hal:38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Sebagai Sumber Inspirasi

Inspirasi artinya sesuatu yang mengilhami atau adanya gagasan yang muncul. Inspiratif berarti sesuatu yang mampu dijadikan sebagai sumber gagasan, ide-ide, temuan-temuan baru dan wacana baru yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan visi dan misi. Dari sumber inilah para pegawai mampu berperan serta secara aktif menyampaikan gagasan, ide-ide, saran dan masukan serta kritikan yang berkaitan dengan kebijakan tugas dan implementasinya demi mutu pelayanan dan citra baik unit kerja.

2. Sebagai Sumber Inovasi

Inovasi artinya perubahan kearah yang lebih dinamis. Visi dan misi suatu unit kerja diharapkan menjadi umber perubahan kearah yang lebih baik bagi para aparatur dalam mengemban tugas-tugas instansinya.

3. Sebagai Sumber Kreatifitas

Kreatif artinya memiliki daya cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan yang bersifat (mengandung) daya cipta pekerjaan yang menghendaki kecerdasan dan imajinasi. Visi dan Misi dapat dijadikan sebagai sumber kreatifitas bagi para aparatur di suatu unit kerja. Melalui telaah terhadap visi dan misi diharapkan para stakeholder mampu melakukan kegiatan-kegiatan yang menghasilkan berbagai konsep kebijakan atau aturan-aturan tugas aparatur yang semakin intensif dan semakin mendukung terhadap terwujudnya tujuan organisasi atau unit kerja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Sebagai Sumber Dedikasi

Dedikasi artinya pengorbanan tenaga, fikiran dan waktu demi keberhasilan suatu usaha atau tujuan mulia dan pengabdian untuk melaksanakan cita-cita yang luhur Visi dan misi bias menjadi energy untuk membangkitkan dedikasi sehingga dalam menjalankan tugasnya para aparatur mengedepankan hati nurani yang mencerminkan nilai-nilai dan norma-norma pengorbanan tenaga, fikiran dan waktu yang penuh tulus ikhlas sebagai niat pengabdiannya demi tujuan mulia dalam kepentingan Negara.

5. Sebagai Sumber Produktifitas

Produktif berarti mampu menghasilkan, mendatangkan atau memberi hasil menguntungkan atau membawa manfaat. Visi dan misi diharapkan juga menjadi sumber produktif bagi para stakeholder dalam melaksanakan tugas-tugasnyanya.[32] Menurut Fred R. David bahwa pernyataan visi menjawab pertanyaan ”kita ingin menjadi seperti apa?” dan visi diperlukan untuk memotivasi kerja secara efektif.[33]

2. Hubungan Produser, Reporter dan Keharmonisan Kerja

Sebagai manusia pasti memerlukan suatu hubungan antar satu dengan lainnya, karena memang manusia adalah makhluk sosial. William Schutz selaku seorang psikolog mengembangkan teori mengenai kebutuhan interpersonal. Dalam teorinya dia menegaskan

[32]http://bdkjakarta. kemenag. go. id/file/media/2629forummembangunvisidanmisiinstansi. pdf
[33]Fred R. David, *Manajemen Strategik: Konsep* (Jakarta: Prehallindo, 2012), hal :3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa hubungan interpersonal yang berkelanjutan tergantung dari seberapa baik hal tersebut berkaitan dengan tiga kebutuhan dasar yakni kebutuhan afeksi, inklusi, serta kontrol.

Kebutuhan afeksi yakni keinginan untuk memberi dan mendapatkan kasih sayang. Sedangkan kebutuhan inklusi yakni keinginan untuk menjadi bagian dari kelompok sosial tertentu. Dan yang terakhir yakni kebutuhan kontrol. Kebutuhan ini dibutuhkan untuk mempengaruhi orang atau peristiwa dalam kehidupan.[34]

Menurut Roger hubungan interpersonal akan terjadi secara efektif apabila kedua belah pihak memenuhi kondisi sebagai berikut:

a. Bertemu satu sama lain secara personal.
b. Empati secara tepat terhadap pribadi yang lain dan berkomunikasi yang dapat dipahami satu sama lainnya secara berarti.
c. Menghargai satu sama lain, bersifat positif dan wajar tanpa menilai atau keberatan.
d. Menghayati pengalaman satu sama lain dengan sungguh-sungguh, bersikap menerima dan empati satu sama lain.
e. Merasa bahwa saling menjaga keterbukaan dan iklim yang mendukung dan mengurangi kecenderungan ganguan arti.
f. Memperlihatkan tingkah laku yang percaya penuh dan memperkuat perasaan aman terhadap yang lain.

[34] Julia T. Wood, *Komunikasi Interpersonal dalam interaksi Keseharian*(Jakarta: Salemba Humanika,2013), hal: 12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pace dan Boren mengusulkan cara-cara untuk menyempurnakan hubungan interpersonal. Hubungan interpersonal cenderung menjadi sempurna bila kedua belah pihak mengenal standart sebagai berikut:

a. Mengembangkan suatu pertemuan personal yang langsung satu sama lain mengkomunikasikan perasaan secara langsung.
b. Mengkomunikasikan suatu pemahaman empati secara tepat dengan pribadi orang lain melalui keterbukaan diri.
c. Mengkomunikasikan suatu kehangatan, pemahaman yang positif mengenai orang lain dengan gaya mendengarkan dan merespon.
d. Mengkomunikasikan keaslian dan penerimaan satu sama lain dengan ekspresi penerimaan secara verbal dan nonverbal.
e. Berkomunikasi dengan ramah tamah, wajar, menghargai secara positif satu sama lain melalui repon yang tidak bersifat menilai.
f. Mengkomunikasikan satu keterbukaan dan iklim yang mendukung melalui konfrontasi yang bersifat membangun.
g. Berkomunikasi untuk menciptakan kesamaan arti dengan negoisasi arti dan memberikan respons yang relevan.[35]

Hal ini tentunya juga diaplikasikan dalam sebuah perusahaan, termasuk yang ada pada perusahaan media televisi. Dunia televisi memiliki banyak ”istilah” yang harus dimengerti oleh setiap orang yang bekerja di televisi agar komunikasi antara orang-orang dari

[35]Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi (*Jakarta:PT Bumi Aksara 2009), hal: 176

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbagai jenis keahlian itu dapat berjalan lancar. Tanpa istilah ini maka komunikasi akan terputus. Perkembangan teknologi digital yang berkembang pesat belakangan ini telah memberikan istilah-istilah baru untuk menjelaskan proses kerja baru.

Stasiun televisi membutuhkan sumber daya manusia yang cukup banyak. Begitu pula dalam struktur organisasi redaksi pemberitaan yang semuanya bekerja sebagai tim. Pada kenyataannya dibutuhkan banyak orang untuk menayangkan suatu program berita. Fungsi setiap orang itu seperti mata rantai yang panjang.

Keberhasilan pemberitaan stasiun televisi banyak bergantung kepada reporter dan juru kamera yang ada di lapangan serta korlip yang mengarahkan mereka di ruang redaksi. Namun demikian, kemampuan produser dan eksekutif produser dalam menyusun program acara juga tidak kalah pentingnya. Maka dari itu hubungan antara produser dan reporter perlu diperhatikan.

Jika produser dan reporter mampu menjaga hubungan diatara keduanya, maka tak heran keharmonisan dalam hubungan khusunya hubungan kerja akan mudah didapat. Tata hubungan kerja ialah hubungan yang dilakukan oleh orang-orang yang berada dalam situasi kelompok atau perusahaan. Dalam tata hubungan kerja masing-masing berada dalam situasi kelompok, masing-masing pihak bekerja untuk kepentingan bersama, dan satu sama lain saling bekerjasama untuk mewujudkan tujuan perusahaan.[36]

[36]Wursanto, *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi(*Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hal: 46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada produksi program informasi, khusunya program berita, produser bertanggung jawab terhadap suatu program berita. Stasiun televisi biasanya menyiarkan lebih dari satu program berita dalam sehari semalam. Stasiun televisi berskala nasional biasanya memiliki tiga hingga empat program berita reguler. Yakni program berita pagi, siang, sore dan malam. Masing-masing program berita itu dibimbing oleh satu atau beberapa orang produser. Produser akan memutuskan berita-berita yang akan disiarkan dalam program beritanya, lamanya durasi berita yang akan disiarkan, format berita yang akan digunakan, *voice over* (VO), format berita berupa informasi bergambar, paket, reader (informasi yang dibacakan presenter saja), dan lain sebagainya. Singkatnya, produser bertugas membentuk program beritanya. Jika dirinci lagi maka terdapat beberapa jenis produser, yaitu: produser acara *(show producer)* dan produser lapangan *(field producer).*

1. Produser Acara *(Show Producer)*

   Dalam tugasnya sehari-hari, produser acara atau show produser/line produser bertanggung jawab untuk mempersiapkan penayangan suatu program berita. Dia bertugas memilih berita-berita yang akan disiarkan pada suatu program berita. Produser acara harus memutuskan berita yang akan disiarkan dan mempersiapkan segala sesuatunya agar berita bisa ditayangkan. Produser acara harus mempersiapkan susunan berita yang berisi berbagai format berita yang akan ditampilkan pada program berita. Produser acara harus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memperhitungkan waktu tayang (durasi dari masing-masing format berita) itu. Dia juga harus mempersiapkan urutan beritanya, yang akan tampil pada segmen pertama, kedua dan seterusnya.

Produser acara akan diawasi langsung oleh produser eksekutif dan direktur pemberitaan. Dalam mempersiapkan susunan acara produser acara harus selalu tanggap dalam berbagai perkembangan berita. Dalam hal ini, struktur rundown dapat berubah sewaktu-waktu jika terdapat perkembangan yang dinilai menarik, produser acara dapat mengusulkan terhadap korlip untuk menugaskan reporter meliput peristiwa itu.

2. Produser Lapangan (*Field Producer*)

Produser lapangan bertugas melakukan koordinasi pada saat peliputan dan sesuai namanya. Produser lapangan akan lebih banyak berada di lapangan. Fungsi produser lapangan akan menjadi penting, ketika stasiun televisi melakukan liputan secara langsung atau live. Dia akan mengarahkan juru kamera dan reporter di lapangan, termasuk mempersiapkan wawancara atau narasumber yang akan diwawancarai. Produser lapangan membantu reporter melakukan riset guna mendapatkan informasi bagi suatu liputan, dia juga harus mempersiapkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rencana perjalanan jika tim liputan harus berangkat ke daerah lain.[37]

Tugas produser tentunya dipengaruhi oleh reporter. Reporter adalah jurnalis atau wartawan yang bertugas mencari dan mengumpulkan informasi atau bahan pemberitaan melalui peliputan peristiwa yang terjadi. Reporter merupakan faktor terpenting dalam semua kegiatan pembuatan berita. Dia harus mengunjungi suatu peristiwa dan mencari informasi yang dapat dijadikan suatu berita. Memiliki sifat tidak puas pada peristiwa yang terjadi.

Para jurnalis harus bisa menjiwai produk jurnalistiknya dengan pengetahuan-pengetahuan yang bisa mengisi fungsi pers di masyarakatnya. Karenanya mereka dituntut untuk memperoleh pendidikan yang khusus di bidang jurnalisme. Semua reporter bekerja langsung di bawah penguasaan redaktur tertentu (kriminal,kota, olahraga, dan lain sebagainya). Mereka tergabung dalam jajaran yang disebut dengan *desk*. Dalam timnya reporter dikenal sebagai *beat man* dan rekan lainnya disebut dengan *leg man.*

Beat man ditandai dengan tugas rutinnya meliput keadaan kota, pengadilan, markas besar kepolisian, hotel-hotel, dan lain sebagainya. Untuk tugas hariannya dijalani dengan mengadakan pendekatan kepada para pejabat terkait. Melalui

[37] Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutaakhri,* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010), hal : 45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hubungan demikian dia menjadi mahir dalam upayanya memperoleh informasi yang kadang-kadang bersifat rahasia dari relasinya yang dia bina.

Sedangkan *Leg man* adalah reporter khusus yang ditugaskan meliput peristiwa-peristiwa tertentu oleh *desk*nya. Mungkin seharian dia bisa menangani wawancara, selanjutnya melaporkan suatu pidato, mengadakan suatu penyelidikan, atau mengamati sidang-sidang di komisi DPR.

Selain *beat man* dan *leg man* di kalangan reporter dikenal juga dengan sebutan koresponden. Yakni, wartawan yang menetap di suatu daerah dan bertugas meliput semua peristiwa yang terjadi di daerahnya. Kemudian melaporkan kepada para editor media massa. Korespon luar kota memasok berita-berita tentang daerah-daerah yang jauh dari kantor media massanya namun masih berada dalam wilayah beredaranya siaran media.[38]

Reporter televisi bekerja secara cepat mengumpulkan informasi, begitupun reporter yang ada di PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV). Reporter harus bermental baja, mengumpulkan banyak berita, menulis, melaporkannya, baik secara langsung (*live*) atau direkam dalam bentuk paket yang akan disiarkan kemudian.

[38]Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik*, (Bandung : Penerbit Nuansa, 2004), hal :55

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perkembangan teknologi yang semakin maju mengharuskan para reporter harus bekerja keras juga. Reporter harus berangkat lebih cepat ke lokasi liputan, mengumpulkan informasi di lapangan dan melaporkannya langsung di depan kamera. Dalam hal ini wartawan yang memiliki ingatan yang kuat dan dapat langsung tampil on air. Berbicara lancar dan teratur di depan kamera walaupun tanpa persiapan yang cukup harus mendapatkan kredit poin tersendiri.[39]

Di JTV, reporter pun ada yang meliput berita-berita kriminal atau bencana. Berita yang mereka tulis tak diperbolehkan fiktif. Harus sesuai fakta. Maka, reporter harus mengunjungi lokasi kejadian perkara. Seorang reporter juga tak diperbolehkan mengedepankan emosi. Reporter harus memiliki psikis yang stabil. Sehingga, jika sikap tersebut dimiliki maka reporter tidak akan emosional. Dituntut untuk tetap obyektif dan berpikir jernih dengan berbagai situasi yang tengah dihadapi.

Seorang reporter di media televisi yang baik adalah seseorang yang mampu menjadi penyaji berita yang baik, menulis berita dengan baik dan benar. Sesuai dengan struktur berita televisi. Struktur berita TV terdiri dari *lead* serta tubuh berita.

1. *Lead*

Lead merupakan inti berita yang menjadi daya tarik berita. *Lead* biasanya terdiri dari 20 hingga 30 kata. *Lead* mengandung unsur *what*, *where*, dan *when*. Agar berita memiliki daya tarik

[39] Morissa,*Jurnalistik Televisi Mutaakhri,* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010), hal : 48

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersendiri sebaiknya *lead* mengandung unsur *human interest*. Maksud dari unsur *human interest* yakni dampak suatu peristiwa terhadap manusia. Jika menulis sebuah berita tentang kebakaran, maka angle yang diceritakan dulu yakni berapa banyak yang tewas dalam kejadian itu, banyaknya warga yang kehilangan tempat tinggal.

2. Tubuh Berita

Tubuh berita adalah penjelasan lebih rinci dari *lead*. Tubuh berita biasanya terdiri dari unsur *why* dan *how*. Unsur *how* dicantumkan dalam tubuh berita sebatas untuk mendukung atau memperjelas gambar. Penguraian ini meliputi penjelasan tentang kelengkapan peristiwa atau pendapat narasumber yang diberitakan dan dinilai penting.

Penguraian ditulis dengan memperhatikan hubungan yang logis dan menaati batas maksimal jumlah kata. Begitu juga dengan kutipan atau ucapan langsung narasumber. Kutipan yang dipilih tidak diperbolehkan sama dengan persis dengan narasi. SOT (*sound on tape*) yang dipilih harus merupakan penegasan dan kelanjutan dari narasi. Dengan struktur berita yang juga sesuai dengan media cetak dengan berbentuk piramida terbalik. Piramida terbalik menggambarkan bahwa informasi paling penting ditempatkan di atas, dan semakin ke bawah informasi yang ditulis hanya sebagai data pendukung.[40]

[40]Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi, (*Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), hal : 98-99.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Interaksi SDM Perusahaan dan Keselarasan Media

Sebuah perusahaan akan berjalan apabila ada yang menggerakkan, yaitu karyawan. Karyawan dalam sebuah perusahaan umumnya lebih dari satu individu yang membentuk kelompok karyawan. Pada perusahaan yang bergerak di bidang media massa baik itu media cetak maupun media siar (radio dan televisi), secara spesifik mereka ada yang disebut sebagai seorang reporter, produser, koordinator liputan, wartawan, redaktur, pemimpin redaktur dan lain-lain.[41]

Berbicara mengenai karyawan itu sendiri adalah orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dsb) dengan mendapatkan imbalan berupa upah atau gaji.[42] Dalam suatu perusahaan tidak dikenal dengan adanya kerja individu, yang ada adalah kerja tim. Begitu banyaknya perusahaan-perusahaan yang rela mengeluarkan uang lebih untuk memaksimalkan karyawannya dalam bekerja melalui pelatihan outbound.[43] Berapa banyak pengusaha-pengusaha yang sukses menangkap fenomena itu dan berhasil mendulang emas di era 2010.

Masing-masing operator berlomba membuat branding secantik mungkin yang pada intinya bagaimana membangun tim yang baik, solid dan sinergi. Perusahaan mana yang tidak ingin memiliki SDM berkualitas, kompak dan loyalis. SDM yang baik tidak menjamin

---

[42] Definisi karyawan: http://kbbi. web. id/karyawan
[43] https://id. wikipedia. org/wiki/Outbound

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suatu kemajuan dalam perusahaan. Perusahaan yang cerdas akan mengelola SDM mereka dengan cara baik dan benar.

Tidak ada yang namanya kerja individu hingga keberhasilan individu dalam suatu perusahaan. Masing-masing divisi, kompartemen maupun bagian memiliki peranan untuk memajukan perusahaan. Seperti dalam olah raga sepak bola, perusahaan juga memerlukan kerjasama tim. Karena manusia telah lama bekerja sama, kita telah mencapai kemajuan yang menakjubkan. Suatu kelebihan lain dari kerja tim atau kelompok dibandingkan dengan kerja individu adalah hasilnya akan lebih besar daripada yang dilakukan sendiri.

Bekerjasama membuat seseorang mampu melakukan lebih banyak hal daripada bekerja secara sendiri-sendiri.[44] Inilah yang penulis maksud dengan prinsip sinergi, yaitu suatu kesatuan adalah lebih baik dibandingkan dengan sejumlah bagian-bagian. Memang, kerja sama kelompok itu sangat efektif, namun seseorang perlu pula mengetahui bagaimana cara bekerja secara efektif di dalam kelompok.

Banyak sekali hambatan dalam kerja kelompok yang harus diatasi individu untuk mencapai sinergi. Maka dari itu seseorang harus banyak belajar dan mengembangkan cara kerja kelompok. Salah satunya adalah persoalan komunikasi verbal antar individu dari kelompok itu. Dari komunikasi nilah terjadi suatu interaksi antar individu di dalam kelompok atau tim.

---

[44] Michael West, *Kerja Sama Kelompok yang Efektif*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1998), hal: 21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk dapat disebut sebagai sebuah tim, sekelompok individu yang memiliki tanggung jawab bersama haruslah mempunyai interaksi yang berkesinambungan. Jika tidak, tidak aka nada kesatuan koordinasi dan kesepakatan dalam upaya yang mereka usahakan. Interaksi sosial dapat saja mencakup pesta, makan siang bersama, perbincangan informal mengenai masalah-masalah keluarga, atau berolah raga bersama. Interaksi seperti ini mempererat ikatan sosial, kohesi dan keakraban yang membuat orang merasa aman dan nyaman satu sama lain.[45]

Sementara itu, interaksi dalam pelaksanaan tugas meliputi saling menukar informasi, komunikasi dan sebagainya yang memungkinkan setiap anggota mengkoordinasi berbagai upaya untuk mencapai target bersama.

Begitu pun juga komunikasi yang dibangun oleh satu tim di dalam perusahaan media. Dalam praktiknya, komunikasi adalah proses yang integral dalam fungsi-fungsi manajemen, sedangkan komunikasi merupakan input dan output dalam proses manajemen. Artinya, alur pekerjaan dilakukan secara menyeluruh melalui komunikasi vertikal, kebawah dan horizontal. Adapun komunikasi dari bawah maupun searah berguna bagi manajemen untuk mengetahui *job performance*.

Sedangkan aliran yang ke atas berupa *feedback* dimana manajer memperoleh informasi mengenai *performance* maupun masalah yang

[45]Michael West, *Kerja Sama Kelompok yang Efektif,* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1998), hal: 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terjadi pada bawahan, dalam hal ini manajer menjalankan fungsi kontrol. Pendekatan sistem dalam manajemen komunikasi diperlukan mengingat semua fungsi manajemen maupun komunikasi merupakan suatu proses yang saling berkaitan satu sama lain. dengan pendekatan sistem, menunjukkan kegiatan-kegiatan dalam organisasi (perusahaan) akan saling mempengaruhi untuk mencapai tujuan perusahaan.[46]

Implementasi pendekatan sistem dalam kegiatan organisasi atau perusahaan berguna untuk menghadapi permasalahan yang kompleks, yang memerlukan pemecahan dan penanganan yang efektif yang mana pandangan sistem yang berhubungan dengan manajemen merupakan pendekatan baru ntuk menghadapi bermacam-macam persoalan yang muncul di perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan perusahaan terlebih dahulu menetapkan bentuk organisai dengan jelas. [47] Secara umum dapat dikembangkan ke dalam desain sistem yang dapat memecahkan persoalan perusahaan secara praktis, bermanfaat, dapat berinteraksi dalam setiap karakteristik perusahaan maupun organisasi. Pelaksanaannya dalam bidang manajemen komunikasi sama hanya berbeda dalam tingkatan maupun prosedur.

Perusahaan berkembang dan menjadi besar adalah keinginan setiap insan yang berada di manapun mereka mengabdi sebagai karyawan. Dengan adanya perkembangan tersebut perusahaan mampu

[46]Ig. Wursanto, *Dasar-dasar Ilmu Organisasi,* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), hal: 20.

[47]Ig. Wursanto, *Dasar-dasar Ilmu Organisasi,* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), hal: 22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bersaing dan mengikuti bidang usaha, demikian pula dengan harapan para pengelola media. [48]

Perusahaan menjadi besar maupun maju bukanlah pekerjaan yang mudah dan singkat untuk dilakukan. Dukungan dari semua karyawan sebagai anggota perusahaan dimulai dari lini atas hingga lini bawah diperlukan untuk mencapai tujuan atau sasaran perusahaan.

Dalam hal ini, ada keterlibatan hubungan antarindividu terkait fungsi dan tugasnya dalam struktur organisasi melalui jaringan kerja komunikasi dalam perusahaan, aktivitas komunikasi para anggota organisasi/perusahaan secara tetap menghubungkan individu yang membentuk alur informasi berdasarkan tingkatan dalam struktur organisasi.[49] Kalau komunikasi sudah terjalin dengan baik antar individu di dalam suatu perusahaan akan memudahkan terwujudnya keinginan bersama. Dengan demikian akan tercipta suatu keselarasan komunikasi dalam perusahaan itu.

4. Visi Sebagai Tujuan Lembaga

Alasan umum yang membuat orang bekerja sama dalam suatu tim adalah karena mereka dapat berbagi dalam pencapaian suatu tujuan atau keinginan yang diyakini dapat lebih berhasil jika dilakukan bersama daripada sendiri-sendiri. Berbagi tujuan dan visi ini adalah unsur dasar dari tim di tempat kerja. Dengan menyisihkan waktu untuk mendefinisikan visi, tujuan dan target dengan jelas maka mereka yang

[48]Ig. Wursanto, *Dasar-dasar Ilmu Organisasi,* hal: 10.

[49] Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi,* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hal: 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bekerja sama dalam tim memiliki kesempatan lebih besar untuk bekerja secara efektif dan kreatif.[50]

Dari visi tumbuh pernyataan yang utuh dan menghasilkan tujuan utama tim. Semua ini menjadi pedoman untuk terbentuknya target-target yang lebih mendetail dan diaktualisasikan ke dalam rancangan tindakan. Pada gilirannya akan membangkitkan tindakan spesifik dari setiap anggota tim. Pencanangan visi kemudian memberi dasar bagi semua kegiatan yang dilakukan atas nama tim. Dan yang mengherankan, hanya sedikit tim yang mau menyediakan waktu mereka untuk menyusun visi, tujan, target dan rancangan tindakan.

Ada beberapa dimensi yang harus dipertimbangkan untuk membangun visi suatu tim. Ini mencakup kejelasan, motivasi, kemungkinan tercapai, tingkat pemahaman yang dapat diterima oleh anggota serta kelangsungan perkembangannya. Adalah mungkin untuk mempertimbangkan delapan unsur utama yang menjadi area di mana didalamnya sebuah visi tim menjadi fokus. Adapun delapan unsur itu antara lain, konsisten terhadap tujuan organisasi, kebutuhan untuk mendapat pelayanan, kualitas produk, nilai bagi masyarakat yang lebih luas, suasana hubungan dalam tim, perkembangan dan kesejahteraan para anggota tim, hubungan dengan tim-tim dan departemen lain dalam suatu organisasi serta hubungan dengan berbagai tim di luar organisasi.[51]

---

[50]Ig. Wursanto, *Dasar-dasar Ilmu Organisasi,* hal: 200.

[51]Michael West, *Kerja Sama Kelompok yang Efektif,* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1998), hal: 35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk menentukan semua tujuan, target dan tindakannya, setiap tim harus memiliki visi yang jelas. Jika para anggota tim tidak mempunyai kejelasan mengenai orientasi, nilai dan maksud tujuan para rekan kerjanya, akan sulit bagi mereka untuk mengungkapkan pernyataan yang merangkum orientasi dan nilai-nilai ini. Ini menunjukkan pentingnya mengkomunikasikan orientasi dan nilai-nilai pekerjaan bagi setiap anggota tim.

Mereka harus menemukan serangkaian kata yang mengekspresikan nilai-nilai, minat dan motivasinya dengan akurat dan jelas. Nilai-nilai yang kita bawa ke tempat kerja mempengaruhi tindakan yang kita lakukan. Konsekuensinya agar dapat bekerja sama dengan baik, para anggota tim harus memiliki beberapa nilai yang sama dalam pekerjaan mereka. Dalam lingkungan kesehatan misalnya, setiap orang melakukan pekerjaan yang didasarkan pada nilai-nilai untuk menolong sesame. Pada tingkatan di mana visi merefleksikan dasar nilai-nilai tim, ia cenderung memotivasi loyalitas, upaya dan komitmen tim yang bersangkutan.[52]

Menyatukan nilai-nilai para individu ke dalam tujuan organisasional setiap tim bukanlah pekerjaan mudah. Meskipun demikian, nilai-nilai mengenai kesempurnaan dalam bekerja, menghormati orang lain, perkembangan, kesejahteraan setiap anggota terekspresi dalam hampir semua konteks. Bekerja dalam tim yang memiliki visi dan nilai-nilai yang tidak selaras dengan diri kita dapat

[52]Michael West, *Kerja Sama Kelompok yang Efektif,* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1998), hal: 28.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menimbulkan kesulitan. Banyak orang bekerja dalam situasi yang dirasa bertentangan dengan nilai-nilai yang mereka anut. Akibatnya mereka jadi kurang bersemangat untuk bekerja atau mencari alternatif pekerjaan lainnnya hingga seseorang menjadi kurang termotivasi dan kurang bertanggung jawab.

Selain nilai-nilai yang tidak sesuai, penentuan target yang tidak sanggup dicapai juga akan menimbulkan efek demotivasi. Hal tersebut juga menyebabkan timbulnya berbagai masalah, seperti bekerja asal-asalan dan keengganan sosial (*social loafing*). Oleh karena itu, ada pertukaran antara pencapaian kesanggupan dengan nilai-nilai yang mendasari motivasi dari visi tim.[53]

Dalam banyak organisasi atau perusahaan, visi dan tujuan tim ditentukan oleh manajemen teratas. Hal ini dengan sendirinya bertentangan dengan kenyataan, visi suatu tim tidak dapat ditentukan, ia harus membangunnya sendiri.[54] Pada satu aspek visi yang sangat penting untuk memprediksi efektivitas pada tingkat di mana visi suatu tim menjadi tanggung jawab bersama, dengan sendirinya bergantung pada tingkat visi tersebut dimusyawarahkan. Visi dan tujuan yang ditentukan oleh manajemen teratas akan menjadikan tim kurang memiliki motivasi dan kurang efektif daripada jika mereka membuatnya sendiri. Mereka cenderung lebih bersemangat untuk bekerja keras dan bahu membahu mencapai hasil bersama yang lebih

[53]Michael West, *Kerja Sama Kelompok yang Efektif*, hal: 30.
[54]Michael West, *Kerja Sama Kelompok yang Efektif*,hal: 31 .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bernilai jika para anggota tim merasa telah memberikan sumbangan yang berarti pada visi dan tujuan tim tersebut.

Suatu bahaya bisa terjadi di dalam kerja sama tim yaitu apabila keputusan mengenai suatu visi di suatu saat menjadi membatu. Hal itu terjadi karena tim terus-menerus berkembang, orang-orang di dalam tim mengubah pandangan, nilai-nilai dan mengembangkan keterampilan mereka adalah penting, visi tim pun harus berkembang selaras dengannya. Demikian pula lingkungan di dalam tim beroperasi turut pula berubah, organisasi mengubah strateginya dan masyarakat mengubah pandangannya.[55]

Suatu visi tim harus secara teratur melakukan evaluasi untuk dapat bertahan hidup, berkembang, selalu mengikuti kemajuan dan mencerminkan perubahan nilai-nilai dan orientasi para anggotanya. Jika tidak, visi akan menjadi pengekang yang menahan tim berkembang menuju tujuan-tujuan baru.[56]

B. Kajian Teori

Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksional simbolik merupakan teori yang mengfokuskan perhatiannya pada cara-cara yang digunakan manusia untuk membentuk makna dan struktur masyarakat melalui interaksi. Paham mengenai interaksi simbolik sendiri yakni suatu cara berpikir mengenai pikiran, diri, dan masyarakat yang telah memberikan banyak

[55]Ig. Wursanto, *Dasar-dasar Ilmu Organisasi,* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), hal: 222.
[56]Michael West, *Kerja Sama Kelompok yang Efektif,* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1998), hal: 31.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kontribusi kepada tradisi sosiokultural dalam membangun teori komunikasi.

Dengan menggunakan sosiologi sebagai fondasi, paham ini mengajarkan bahwa ketika manusia sedang berinteraksi satu dengan lainnya, mereka saling membagi makna untuk jangka waktu dan tindakan tertentu. George Herbert Mead dipandang sebagai pembangun paham interaksi simbolik ini. Dia mengajarkan bahwa makna muncul sebagai hasil interaksi manusia baik secara verbal maupun non verbal.

Interaksionisme simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia. Bagi perspektif ini, individu bersifat aktif, reflektif, dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Paham ini menolak gagasan bahwa individu adalah organisme yang pasif yang perilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur yang ada diluar dirinya. Oleh karena individu terus berubah maka masyarakat pun berubah melalui interaksi. Jadi interaksi lah yang dianggap sebagai variable penting yang menentukan perilaku manusia bukan struktur masyarakat. Struktur itu sendiri tercipta dan berubah karena interaksi manusia, yakni ketika individu-individu berpikir dan bertindak secara stabil terhadap seperangkat obyek yang sama. Senada dengan asumsi di atas, dalam fenomenologi Schutz, pemahaman atas tindakan, ucapan, dan interaksi merupakan prasyarat bagi eksistensi sosial siapa pun. Dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pandangan Schutz, kategori pengetahuan pertama bersifat pribadi dan unik bagi setiap individu dalam interaksi tatap muka dengan orang lain.[57]

Sedangkan menurut sumber lain, interaksionisme simbolik merupakan salah satu model metodologi penelitian kualitatif berdasarkan pendekatan fenomenologis atau persepektif interpretif. Bogdan dan Taylor mengemukakan bahwa dua pendekatan utama dalam tradisi fenomenologis adalah interaksionisme simbolik dan etnometodologi. Interaksi simbolik memiliki perspektif teoritik dan orientasi metodologi tertentu.

Pada awal perkembangannya interaksi simbolik lebih menekankan studinya tentang perilaku manusia pada hubungan interpersonal, bukan pada keseluruhan masyarakat atau kelompok. Aliran-aliran interaksionisme simbolik tersebut adalah Mahzab Chicago, Mahzab Lowa, Pendekatan Dramaturgis dan Etnometodologi. Sebagian pakar berpendapat, teori interaksi simbolik, khususnya dari George Herbert Mead, seperti teori etnometodologi dari Harold Garfinkel, serta teori fenomenologi dari Afred Schutz berada di bawah payung teori tindakan sosial yang dikemukakan oleh filosof dan sekaligus sosiolog Jerman Max Weber, meskipun Weber sendiri sebenarnya bukanlah seorang interpretivis murni. Proposisi paling mendasar dari interaksi simbolik adalah perilaku dan interaksi manusia itu dapat dibedakan karena ditampilkan lewat simbol dan

[57]Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*(Jakarta: Kencana Prenada Group,2013), hal : 110

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maknanya.[58] Interaksi simbolik mendasarkan gagasannya atas enam hal yakni:

1. Manusia membuat keputusan dan bertindak pada situasi yang dihadapinya sesuai dengan pengertian subyektifnya.
2. Kehidupan sosial merupakan proses interaksi, kehidupan sosial bukanlah struktur atau bersifat struktural dank arena itu akan terus berubah.
3. Manusia memahami pengalamannya melalui makna dari simbol yang digunakan di lingkungan terdekatnya, dan bahasa merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan sosial.
4. Dunia terdiri dari berbagai obyek sosial yang memiliki nama dan makna yang ditentukan secara sosial.
5. Manusia mendasarkan tindakannya atas interpretasi mereka, dengan mempertimbangkan dan mendefinisikan obyek-obyek dan tindakan yang relevan pada situasi saat itu.
6. Diri seseorang adalah obyek sigifikan dan obyek sosial lainnya diri didefinisikan melalui interaksi sosial dengan orang lain.

Terdapat tiga konsep penting dalam teori yang dikemukakan Mead ini yaitu masyarakat, diri, dan pikiran. Ketiga konsep tersebut memiliki aspek-aspek yang berbeda namun berasal dari proses umum yang sama disebut ”tindakan sosial”, yaitu suatu unit tingkah laku lengkap yang tidak dapat dianalisis ke dalam subbagian tertentu.[59]

[58]https://sinaukomunikasi. wordpress. com/2011/08/20/interaksi-simbolik/
[59]Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, hal : 225.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id