

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Peristiwa komunikasi yang bisa diamati menyangkut berbagai aspek, seperti: sosial, ekonomi, budaya, politik, psikologi. Dari segi interaksi, komunikasi mempunyai arti interaksi sosial melalui *message*.<sup>1</sup> Kegiatan komunikasi menjadi alat utama dalam membangun hubungan, yang menyentuh dari berbagai konteks kehidupan. Dengan ini, maka komunikasi menjadi elemen penting bagi manusia untuk tetap menjalankan roda kehidupan. Manusia sejatinya tidak bisa hidup sendiri, artinya manusia membutuhkan orang lain. Hal ini bisa dilihat dari manusia yang kesehariannya tidak lepas dari sesama dan semua kegiatan berhubungan dengan antar sesama.<sup>2</sup>

Hubungan yang kerap kali terjalin ialah komunikasi antar sesama, antara satu dengan manusia lain. Jalinan manusia satu dengan manusia lain yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari salah satunya di dunia kerja. Dalam dunia kerja manusia kerap berkomunikasi untuk menjalin erat sebuah komunikasi agar saling bekerja sama dalam mencapai tujuannya

Maka dari itu komunikasi dalam setiap instansi dan dunia kerja pasti mempunyai strategi-strategi untuk mempertahankan dan memajukan

---

<sup>1</sup> Dinara Maya Julijanti, *Dasar-dasar Komunikasi dan Keterampilan Dasar Mengajar* (Bangkalan: P3AI, 2010), 4.

<sup>2</sup> Caesar Vioniken Pradipta, "Pengaruh Konsep Diri Dalam Komunikasi Interpersonal Pustakawan Hubungannya Terhadap Kepuasan Pemustaka di Badan Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kota Cirebon," *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 1, no 1 (2012): 1-2, <http://www.ejorna3.undip.ac.id>.

instansi atau perusahaannya, oleh karena itu sebuah strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) merupakan suatu taktik dalam melaksanakan sebuah keputusan dan kebijakan untuk mencapai tujuan yang dimaksud dan rencana yang cermat mengenai sasaran tertentu. Maka strategi bisa diartikan sebagai keputusan untuk mencapai sebuah tujuan instansi atau perusahaan.<sup>3</sup>

Dalam dunia kerja komunikasi menjadi ujung tombak untuk tercapainya target dan tujuan suatu instansi. Apabila komunikasi yang dibangun terabaikan maka apa yang direncanakan dari awal kemungkinan minimnya peluang untuk tercapai. Komunikasi menjadi kunci kesuksesan jalannya kegiatan instansi tersebut. Maka dari itu, dalam suatu instansi memerlukan komunikasi organisasi yang baik.

Komunikasi organisasi merupakan komunikasi yang terjadi dalam sebuah instansi, yang terjalin antara atasan dengan bawahan, bawahan dengan sesama bawahan maupun atasan dengan para atasan. Menurut Goldhaber, komunikasi organisasi bisa didefinisikan dari berbagai macam sudut, seperti dilakukan dalam sistem yang terbuka dan kompleks dilingkungkannya serta dipengaruhi oleh faktor internal-eksternal. Komunikasi organisasi juga melibatkan saluran, arah, tujuan, media, dan pesan. Selain itu, melibatkan perasaan, hubungan, sikap dan kemampuan.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Juansha Yudystira, “Strategi Komunikasi Organisasi dalam Membangun Semangat Kerja Tenaga Pengajar” (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2013), 9.

<sup>4</sup> Irene Silviani, *Komunikasi Organisasi* (Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2020), 98.

Dari pendefinisian di atas, maka bisa disimpulkan bahwa komunikasi organisasi mengatur segala aktivitas komunikasi yang berada dalam instansi atau dunia kerja, baik dari hubungan, sikap arah, target dan pesan serta mengatur batasan-batasan antar karyawan atau pimpinan.

Mengingat kebutuhan informasi yang kini membuat beberapa media cukup eksis dalam memberikan informasi terhadap masyarakat, seperti halnya media massa yang ada di Pamekasan, khususnya media massa televisi. Di Pamekasan media massa televisi hanya ada dua stasiun televisi yaitu JTV Madura dan Hikmah TV. JTV Madura berdiri sejak tahun 2017 di bawah naungan Jawa Pos Multimedia (JPM) group, dengan beberapa program di dalamnya seperti pemberitaan, dialog spektrum pengajian JTV. Sedangkan Hikmah TV berdiri sejak tahun 2000 dan mempunyai beberapa program seperti kajian keIslaman, informasi atau berita, seni dan budaya Madura, lagu-lagu karya cipta orang Madura dan lagu islami.

Media ini merupakan kanal TV milik swasta yang terletak di Jalan Raya Pasar Blumbungan, Larangan, Pamekasan. Menggunakan pancaran jaringan kabel PT. Hikmah Multivision, Hikmah TV memfasilitasi kepada lebih dari seribu pelanggan khususnya di Kota Pamekasan. Rata-rata mulai dari kalangan masyarakat pedesaan dan perkotaan. Hikmah TV juga mempunyai akun youtube untuk membagikan informasi dan konten lainnya sebanyak 17.000 pengikut.<sup>5</sup> Hikmah TV ini dibangun berdasarkan kesadaran tentang pentingnya masyarakat lokal mengetahui informasi yang

---

<sup>5</sup> Samhari, Wartawan Hikmah TV, *Wawancara Lewat Whatsapp* (23 November 2021).

ada di dalamnya. Dengan adanya media ini menjadikan masyarakat mengetahui berbagai informasi baik dari luar kota maupun kotanya sendiri.

Hikmah TV Menyajikan 70% konten yang bermuatan lokal di antaranya: Program Pengajian atau Ceramah Madura, lagu-lagu (Islami, Madura, dangdut, pop, Arab dan lain-lain), serta menayangkan konten yang bermuatan edukasi dan konten birokrat. Setiap harinya Hikmah TV juga eksis memberitakan peristiwa-peristiwa yang terjadi di masyarakat seperti, kenaikan minyak goreng, vaksinasi, kegiatan Bupati Pamekasan, pedagang kaki lima, perbaikan jalan dan hal-hal lainnya yang masih berhubungan dengan kegiatan masyarakat yang ada disekitar. Pemberitaan tersebut ditayangkan di TV lokal dan juga ditayangkan di sosial media *Youtube* Hikmah TV Pamekasan sebagai upaya strategi Hikmah TV dalam mempertahankan eksistensi pemberitaan dan mengikuti perkembangan teknologi.<sup>6</sup> Eksistensi diartikan sebagai keberadaan yang memiliki unsur bertahan, jadi eksistensi bisa dipahami agar program pemberitaan di Hikmah TV tetap bertahan sampai saat ini.

Di samping tetap berjalannya kerja operasional karyawan, media ini memiliki visi dan misi yang jelas sebagai acuan atau target kemana arah jalannya sebuah media, seperti apa sistem kerja yang harus dilakukan oleh segenap tingkatan struktur media tersebut. Di tengah penyebaran wabah Covid-19 yang belum usai di tanah air,<sup>7</sup> khususnya di wilayah Kabupaten

---

<sup>6</sup> Badrus Sholeh, Direktur Penyiaran Hikmah TV, *Wawancara Lewat Whatsapp* (21 November 2021).

<sup>7</sup> Binti Mufarida, "*Waspada! Pandemi Covid-19 Belum Usai, Jangan Ciptakan Titik Lengah,*" diakses dari <https://www.nasional.okezone.com>, pada tanggal 7 Novemver 2021pukul 12.24 WIB.

Pamekasan tidak menjadi penghalang untuk bagaimana Hikmah TV tetap mempertahankan eksistensi pemberitaan kepada masyarakat luas.

Strategi komunikasi organisasi pada program di Hikmah TV disusun untuk mencapai tujuan program pemberitaan. Dengan adanya komunikasi organisasi yang baik dan terarah di dalamnya maka eksistensi program pemberitaan akan berjalan sesuai dengan visi misi Hikmah TV. Sebuah organisasi harus mengetahui dan memahami siapa target dari program tersebut. Dalam strategi komunikasi pada tim program pemberitaan Hikmah TV juga membutuhkan kerja sama seluruh tim baik internal maupun eksternal.

Eksistensi ini tidak cukup apabila hanya dibangun dengan masalah keuangan yang memadai, fasilitas instansi (sarana dan prasarana), penyajian konten yang menarik dan visi-misi Hikmah TV yang acuannya jelas atau kemana jalan arah tujuan media serta struktur perusahaan. Lebih dari itu, jelas berkaitan dengan strategi komunikasi organisasi di dalamnya yang terkelola dengan baik. Hasilnya, pengelolaan komunikasi organisasi yang baik memudahkan tujuan media akan tercapai.

Hikmah TV tetap bertahan di tengah arus persaingan antar media. Kini, Hikmah TV menjadi salah satu instansi yang menjadi rujukan untuk mendapatkan berita yang kredibel bagi masyarakat Pamekasan. Tantangan media massa, cetak atau pers menjadi tergelincir oleh pemanfaatan digital yang semakin canggih seperti media online. Menyikapi hal tersebut maka industri sebuah media massa menghadapi adaptasi di era globalisasi ini.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Reza Andre Putra, “ Tantangan media Massa dalam Menghadapi Era Disrupsi Teknologi Informasi,” *Jurnal Sistem Informasi* no, 5 (Juni, 2019): !-6 DOI: 10.19109/jusifo.v5i1.5003.

Seperti upaya penyesuaian dengan kondisi dan kebutuhan dalam komponen perusahaan media Hikmah TV.

Mengingat, Hikmah TV yang sudah berumur 21 tahun. Sejak tahun 2000 menjadikan alasan penulis dalam meneliti instansi ini karena Hikmah TV satu-satunya televisi swasta yang menyajikan program-program yang berbeda dari stasiun televisi yang ada di Pamekasan. Penulis mengambil program pemberitaan dalam penelitian ini karena program pemberitaan tetap aktif, eksis, dan bertahan untuk menyajikan pemberitaan yang akurat kepada khalayak luas setiap harinya, berbeda dengan program lainnya yang ditayangkan di waktu tertentu.

Berdasarkan ulasan di atas, menimbulkan ketertarikan penulis untuk mengetahui komunikasi organisasi di instansi Hikmah TV Pamekasan. Dengan konteks penelitian di atas, penulis tertarik untuk mengetahui dan mendalami seperti apa proses strategi komunikasi yang dibangun Hikmah TV dalam mempertahankan eksistensi pemberitaan, dengan mengangkat judul “ Strategi Komunikasi Organisasi Hikmah TV dalam Mempertahankan Eksistensi Pemberitaan.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka fokus penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi organisasi Hikmah TV dalam mempertahankan eksistensi pemberitaan ?
2. Apa faktor penghambat dan pendukung dalam mempertahankan eksistensi pemberitaan ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi organisasi Hikmah TV dalam mempertahankan eksistensi pemberitaan.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung dalam mempertahankan eksistensi pemberitaan.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi bermanfaat serta memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pengetahuan tentang bagaimana strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan program di sebuah instansi atau perusahaan, yang akan dilakukan oleh pembaca atau peneliti selanjutnya, serta menjadikan penelitian ini sebagai salah satu acuan atau referensi dalam karya ilmiah.

2. Secara Praktis

Selanjutnya diharapkan kegunaan penelitian ini menjadikan pemecah persoalan di lapangan mengenai strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan program yang ada di dalam instansi atau perusahaan yang akan diteliti oleh peneliti selanjutnya. Kemudian menjadikan penelitian ini layak untuk dijadikan pedoman dalam karya-karya ilmiah di masa yang akan datang.

## E. Definisi Istilah

### 1. Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Latin *strategia*, yaitu merupakan seni penggunaan rencana agar mencapai pada sebuah tujuan.<sup>9</sup> Dalam sebuah instansi atau perusahaan pastinya terdapat sebuah strategi agar di dalamnya terjadi peningkatan dan eksistensi untuk memajukan program-program, dan mencapai tujuan yang sudah direncanakan.

### 2. Komunikasi

Komunikasi menurut Wursanto, merupakan sebuah proses yang di dalamnya terdapat kegiatan pertukaran pesan yang dilakukan oleh komunikator dan komunikan yang mengandung informasi dalam usaha memberikan pemahaman satu sama lain.<sup>10</sup> Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal, namun komunikasi juga bisa dilakukan secara non verbal dan dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.

### 3. Organisasi

Kata organisasi dalam kehidupan sehari-hari sudah sering didengar bahkan ada kemungkinan pernah terlibat di dalamnya. Ada beberapa istilah organisasi yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya Mulyadi, organisasi merupakan sekelompok individu yang memiliki tujuan dan saling terikat satu sama lain, yang secara bersama-sama menfokuskan

---

<sup>9</sup> Halim Simatupang, *Strategi Belajar Mengajar Abad ke-21* (Surabaya: CV Cipta Media Edukasi, 2019), 2.

<sup>10</sup> Fenny Oktavia, "Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera dengan Masyarakat Desa Long Lunuk," *E Journal Ilmu Komunikasi*, 4, no 1, (2016): 241, 239-253.

usahanya untuk mencapai pada tujuan tertentu.<sup>11</sup> Dari definisi di atas dapat diartikan bahwa organisasi bisa diartikan kesatuan yang dibentuk dari beberapa orang yang mempunyai kesamaan latar belakang, usaha, identitas dan harapan untuk mencapai dan mendapatkan pada tujuan secara bersama-sama.

#### 4. Eksistensi

Eksistensi diartikan sebagai keberadaan yang memiliki unsur bertahan berasal dari bahasa Latin *existere* yang artinya muncul, ada, timbul. Memiliki keberadaan secara actual atau terkini. *Existere* disusun dari *ex* yang artinya keluar dan *sistere* yang artinya tampil atau muncul.

<sup>12</sup> Dari defiinisi tersebut bisa dipahami bahwa eksistensi merupakan keberadaan yang terkini dan diusahakan dapat bertahan.

#### 5. Pemberitaan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), berita mempunyai arti serangkaian cerita, kisah, atau keterangan, mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat terjadi. Dan proses menginformasikan atau memaklumkan sebuah informasi. Peristiwa menyampaikan informasi untuk mempengaruhi pembaca agar bersikap serta berbuat seperti dengan tujuan ideologis yang akan dicapai.<sup>13</sup>

Setelah memahami beberapa istilah di atas, maka maksud dari judul penelitian ini adalah mengetahui strategi atau rencana yang di lakukan

---

<sup>11</sup> Timotius Duha, *Perilaku Organisasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 2.

<sup>12</sup> Irfan Ariffianto Hadi, "Eksistensi Waroeng keroncong di Kota Semarang" (Skripsi, Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2015), 7.

<sup>13</sup> Zain, "Pengertian Berita dan Pemberitaan," Pengertian Komplit, diakses dari <http://pengertiankomplit.blogspot.com> pada tanggal 12 november pukul 20.10 WIB.

oleh organisasi Hikmah TV dalam mempertahankan eksistensi khususnya di program pemberitaan.

## **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Setelah peneliti melakukan penelusuran dan membaca beberapa penelitian sebelumnya yang membahas tentang strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan eksistensi pemberitaan yang dapat di jadikan acuan dan referensi dalam penelitian ini. Namun ada beberapa persamaan dan perbedaan dalam penelitian terdahulu dalam subjek atau objeknya, peneliti ini akan memaparkan beberapa kajian penelitian terdahulu guna menghindari plagiasi atau kesamaan dalam penelitian ini.

1. Juansha Yudistira dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi dalam Membangun Semangat Kerja Tenaga Pengajar (Studi pada Lembaga Bimbingan belajar PT. Gadjahmada Indonesia)” dalam penelitian ini bertujuan mendapatkan profit yang penting dengan memerhatikan strategi komunikasi guna mencapai tujuan. PT. Gadjahmada Indonesia dalam menerapkan strategi komunikasinya dengan lebih menekankan penyebaran pesan, dan menempatkan tenaga pengajarnya sesuai dengan pembagian kerja dengan tidak melupakan memberi lingkungan yang nyaman, gaji dalam membangun semangat kerja seorang tenaga pengajar.<sup>14</sup> Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah:

---

<sup>14</sup> Juansha Yudistira, “Strategi Komunikasi Organisasi dalam Membangun Semangat Kerja Tenaga Pengajar” (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2013), 5.

- a. Sama-sama menggunakan strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan programnya.
- b. Menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini adalah:

- a. Objek atau program yang diteliti dari penelitian di atas merupakan semangat tenaga pengajar, sedangkan objek penelitian ini adalah program pemberitaan.
2. Dyah Desi Fitriani dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Majalah Penjebar Semangat dalam Mempertahankan Eksistensinya” dalam skripsi tersebut menjelaskan tentang strategi komunikasi majalah penjebar semangat dalam mempertahankan eksistensinya di era digital. Mengingat majalah penjebar semangat merupakan majalah berbahasa Jawa yang ada di Surabaya yang didirikan oleh Dr. Soetomo pada tanggal 2 september 1993. Dan bertujuan untuk mempertahankan eksistensi majalah Penjebar Semangat sampai saat ini.<sup>15</sup>

Persamaan skripsi di atas dengan penelitian ini adalah:

- a. Menggunakan strategi komunikasi organisasi untuk mempertahankan eksistensinya.
- b. Menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan dari skripsi di atas dengan penelitian ini adalah:

---

<sup>15</sup> Dyah Desi Fitriani, “ Strategi Komunikasi Organisasi Majalah Penjebar Semangat dalam Mempertahankan Eksistensinya” (Skripsi, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, 2019), 7

- a. Terletak pada objeknya, skripsi di atas mempertahankan eksistensi majalah Penjebar Semangat, sedangkan penelitian ini membahas eksistensi pemberitaan
3. Rahmat Hidayat dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi di SMP Muhammadiyah 17 Rempoa Ciputat” dalam skripsi tersebut menjelaskan tentang tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi organisasi baik secara vertikal horizontal maupun diagonal dalam organisasi SMP Muhammadiyah 17 Rempoa Ciputat. Dalam skripsi ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan pengumpulan daatnya menggunakan wawancara dan menyebarkan angket sebanyak 30 pertanyaan yang disebarkan kepada guru-guru, sedangkan wawancara dilakukan kepada kepala sekolah.

Persamaan skripsi tersebut dengan penelitian ini adalah:

- a. Sama-sama menggunakan strategi komunikasi organisasi baik secara vertikal, horizontal, maupun diagonal
- b. Menggunakan metode kualitatif deskriptif

Perbedaan skripsi tersebut dengan penelitian ini adalah:

- a. Objek yang diteliti merupakan sekolah sedangkan penelitian ini menggunakan program pemberitaan
  - b. Pengumpulan data menggunakan angket<sup>16</sup>
4. Weni Ariana dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Pesantren dalam Melibatkan Alumni untuk Mempromosikan Pondok Pesantren Nurul Qur’an Praya Lombok

---

<sup>16</sup> Rahmat Hidayat, “Strategi Komunikasi Organisasi di SMP Muhammadiyah Rempoa Ciputat” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010), 1.

Tengah” dalam skripsi tersebut menjelaskan tentang bagaimana strategi komunikasi organisasi melibatkan alumni dalam mempromosikan pondok pesantren yang melibatkan alumni dengan membentuk kelompok pengurus dan membuat akun media sosial agar strategi promosi yang dilakukan lebih mudah

Persamaan skripsi tersebut dengan penelitian ini adalah:

- a. sama-sama menggunakan strategi komunikasi organisasi.

Perbedaan skripsi tersebut dengan penelitian ini adalah:

- a. dalam objeknya yaitu skripsi tersebut menggunakan objek promosi dan subjek alumni. Di penelitian ini menggunakan subjek media dan objek pemberitaan. <sup>17</sup>

Dari skripsi- skripsi di atas akan menjadi referensi untuk penelitian ini, oleh karena itu dari skripsi tersebut yang paling mirip dengan penelitian ini adalah skripsi yang ditulis oleh Juansha Yudistira dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Tenaga Pengajar” dalam skripsi ini terdapat persamaan yang lebih banyak dari skripsi lain yang menjadi referensi dalam penelitian ini.

---

<sup>17</sup> Weni Ariana, “ Strategi Komunikasi Organisasi Pesantren dalam Melibatkan Alumni untuk Mempromosikan Pondok Pesantren Nurul Qur’an Praya Lombok Tengah” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Matram, Mataram, 2021), 12.