

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Strategi komunikasi adalah perpaduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*), artinya suatu perencanaan yang sudah disusun serta dipersiapkan terlebih dahulu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Arifin, (1984) menyatakan bahwa elemen yang harus diperhatikan didalam merumuskan strategi komunikasi merupakan pengenalan khalayak, pesan, media, komunikator, serta metode. Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi sebuah kegiatan dalam kurun waktu tertentu. Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun saat tertentu. Menurut Rangkuti, (2009) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, tujuan utamanya agar perusahaan bisa melihat secara objektif syarat internal serta eksternal (Rangkuti, 2009).

Seperti yang uraian diatas strategi komunikasi penting dalam proses pengembangan suatu organisasi untuk mewujudkan dan mencapai tujuan organisasi secara efektif. Strategi komunikasi merupakan manajemen perencanaan menyeluruh komunikasi untuk mencapai efek komunikasi yang diinginkan. Efek komunikasi dalam sebuah tim didefinisikan sebagai situasi komunikasi yang memungkinkan munculnya partisipasi anggota secara sadar, kritis, sukarela dan bertanggung jawab. Artinya, strategi komunikasi sangat menentukan sejauh mana kita mengerahkan seluruh kekuatan dan sumber daya demi tercapainya visi dan misi, strategi komunikasi berguna sebagai pembimbing komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi.

Dalam sebuah tim juga, diperlukan kohesivitas kelompok yang tinggi dari setiap anggota. Kohesivitas kelompok adalah sejauh mana para anggota kelompok tertarik terhadap satu sama lain dan termotivasi untuk tetap dalam

satu kelompok (Robbins, 2002). Collins dan Raven (1964) juga menjelaskan bahwa kohesivitas merupakan kekuatan yang mendorong anggota kelompok untuk tetap tinggal di dalam kelompok dan mencegahnya meninggalkan kelompok. Kurangnya keinginan karyawan untuk meninggalkan kelompok menandakan terjalannya hubungan yang harmonis diantara anggota kelompok sehingga persepsi karyawan terhadap lingkungan kerja akan menjadi lebih baik dan akan meningkatkan kualitas kehidupan kerja (Kang & Deepak, 2013). Selain itu, jika interaksi diantara rekan kerja tersebut terus terjalin dengan baik, maka akan menimbulkan rasa saling memiliki dan akan mengarah pada kondisi lingkungan yang lebih bermakna (Ariani, 2015).

Hubungan antara rekan kerja jika terjalin dengan baik akan membuat karyawan menikmati interaksi mereka satu sama lain maka dengan sendirinya kohesivitas diantara anggota kelompok akan semakin meningkat (Forsyth, 2010). Adanya kohesivitas kelompok yang tinggi membuat karyawan dapat bekerja dengan nyaman dan lebih bersemangat dan keinginan untuk bertahan diperusahaan akan meningkat. (Ariani, 2015). Artinya, semakin tinggi tingkat kohesivitas kelompok yang dimiliki oleh karyawan maka akan semakin tinggi semangat kerja yang dimiliki sehingga akan meningkatkan kualitas kehidupan kerjanya (Saraji & Dargahi, 2006). Kohesivitas umumnya dikaitkan dengan dorongan anggota untuk tetap bersama dalam kelompoknya dibanding dorongan untuk mendesak anggota keluar dari kelompok. Bergabung di suatu organisasi membuat seseorang mempunyai rasa memiliki dan perasaan bersama (Gibson, dkk., 2003).

MQFM Jogja merupakan sebuah perusahaan radio yang berdomisili di kota Yogyakarta yang memiliki beberapa tim didalamnya dengan berbagai program, karena Saat ini perusahaan radio sudah berada dalam fase dimana sebuah program radio skala besar selalu disertai dengan beragam elemen penunjang dalam pembuatannya seperti *lighting*, *set* tempat program, soundsystem canggih dan beragam efek suara yang menyertainya dan masih banyak lagi elemen-elemen yang menunjang bagus tidaknya sebuah program radio. Setiap elemen tersebut membutuhkan perencanaan panjang dan pelaksanaan program

yang baik dalam upaya mengoptimalkan kenikmatan program. Dalam upaya mencapai sasaran dan target program, dibutuhkan tim yang mampu berkinerja dengan kompak, teliti dan cepat. Tim adalah integral (penting atau perlu) penting dalam perencanaan dan pelaksanaan acara. Setiap komponen tim adalah roda gigi krusial yang memastikan keberhasilan suatu acara, apabila salah satu bagian gagal untuk melaksanakan tugasnya maka keseluruhan acara akan terkena dampaknya. Sebuah tim yang baik harus memiliki kemampuan kerjasama yang baik beserta kemampuan koordinasi yang tepat dalam melaksanakan tugasnya, kemampuan ini tidak dapat dihasilkan dalam jangka waktu yang pendek, dalam upaya membangun tim yang memiliki kriteria tersebut dibutuhkan beragam pelatihan, komunikasi yang baik, Kerjasama, dan keintiman ikatan antara anggota tim.

Sebuah tim akan mengalami hambatan untuk mencapai tujuan tanpa dukungan dari anggota didalamnya. Salah satu usaha yang dilakukan dengan cara mengoptimalkan anggota tim, serta mempertahankan untuk mewujudkan visi misi yang menjadi tujuan perusahaan. Kohesivitas antara anggota satu dengan anggota lain harus dijaga agar terwujudnya visi misi dan tujuan yang diinginkan tim. Kohesi dalam tim mencerminkan rasa kesatuan anggota dalam tim untuk tetap terikat atau menyatu atau tetap tinggal dalam tim dan mencegahnya meninggalkan tim (Walgito, 2003). Apabila kohesi kelompok sudah terjalin dengan sangat baik, maka yang terjadi selanjutnya ialah akan terbentuk yang namanya kekuatan kelompok. (Cartwright & Zander, 2011) mengungkapkan kohesi kelompok yang tinggi mampu menumbuhkan loyalitas terhadap kelompok dan hal ini bisa menumbuhkan kekuatan kelompok. Agar menjadi sebuah kelompok yang mempunyai kekuatan, maka dalam kelompok tersebut harus mempunyai kohesivitas yang tinggi.

Kerjasama tim menjadi fundamental terutama di era *Society 5.0*. Kemampuan seseorang dibatasi dengan apa yang dia bisa lakukan dalam satu hari, kita tidak lagi bisa hanya mengandalkan kemampuan diri kita sendiri, Maka untuk bertahan kita membutuhkan kekuatan yang lebih besar. Kekuatan ini dapat kita dapatkan dari luar diri kita sendiri, kita perlu melaksanakan

pekerjaan kolektif dengan rekan kerja untuk mendapatkan hasil yang optimal dan mampu mencapai tujuan, inilah yang dapat kita sebut kerjasama tim.

Kerjasama dan kohesivitas tim tidak dapat dicapai secara instan, terutama pada anggota yang mengikuti program MBKM, dimana setiap anggota yang terpilih dalam program tersebut berlatar belakang dari anggota yang belum saling mengenal dan dipersatukan dalam sebuah tim MBKM. Kita tidak dapat memungkiri fakta bahwa hal tersebut secara tidak langsung mengikis rasa kebersamaan dan motivasi untuk bekerjasama karena masih ada rasa canggung dalam setiap diri anggota yang baru mengikuti program MBKM. Keadaan ini seakan akan membangun tembok baru yang semua anggota harus maklumi dan jalani. Tidak hanya itu, muncul juga tekanan pada anggota yang harus tetap menjalankan keseharian organisasi dengan terus komunikasi dengan setiap anggota tim. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi dalam pengembangan kerjasama, kohesivitas dan keberhasilan kerjasama anggota dalam upaya mengatasi masalah tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada tim *podcast* MQFM Jogja, dengan memfokuskan penelitian pada “Strategi Komunikasi tim *podcast* MQFM Jogja dalam menjaga kohesivitas tim”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dari uraian diatas, maka pokok permasalahan adalah bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh radio MQFM Yogyakarta khususnya tim *podcast* dalam menjaga kohesivitas sebuah tim.

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah sangat perlu dinyatakan sebagai pembatasan masalah penelitian itu sendiri agar penelitian lebih terarah dan akan memperoleh suatu gambaran yang jelas. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang mendata strategi komunikasi tim *podcast* MQFM jogja.

2. Sumber data menggunakan anggota tim *podcast* MQFM Jogja.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan apa yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara menjaga sebuah kohesivitas kelompok melalui strategi komunikasi

#### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Secara aspek teoritis penelitian ini diharapkan peneliti bisa jadi bermanfaat untuk mahasiswa yang lain khususnya di bidang ilmu komunikasi. Peneliti berharap dari hasil penelitian yang sudah dilakukan berguna sebagai kontribusi peneliti dalam menghasilkan pemikiran dan gambaran mengenai strategi komunikasi organisasi khususnya pada radio MQFM Yogyakarta dalam menjaga kohesivitas tim agar terjalin hubungan baik dan menghasilkan kinerja yang baik juga diperusahaan. Lalu dapat juga berkontribusi terhadap kajian komunikasi di dunia akademis khususnya dunia kampus, yang berkaitan tentang strategi komunikasi.

2. Praktis

Dari aspek praktis hasil dari penelitian ini sangat diharapkan menjadi masukan bagi atasan yaitu dari direktur, *project manager*, dan produser untuk meningkatkan potensial, kreativitas dan inovasi baru. Dan dari penelitian ini juga bisa sebagai bahan evaluasi dan referensi bagi siapa pun yang akan memberikan perkembangan penelitian yang terbaru. Peneliti juga berharap dari penelitian ini dapat menambah wawasan tentang komunikasi organisasi dalam menjaga kohesivitas tim *podcast* MQFM Yogyakarta.

3. Bagi Peneliti

penelitian ini diharapkan mampu menjadi skripsi yang berkualitas sehingga mampu meluluskan peneliti dengan nilai yang memuaskan.

#### 1.6 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dengan menggunakan sistematika pembahasan, agar mempermudah dalam memahami poin-poin penting mengenai topik yang akan dikaji. Secara keseluruhan penelitian ini diuraikan dalam lima bab, yaitu:

**Bab I** di dalam bab I berisi dasar global mengenai keseluruhan isi penelitian yang akan disajikan dalam bab-bab yang diantaranya, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

**Bab II** pada bab II berisikan kajian teori yang membahas mengenai teori yang akan digunakan sebagai acuan penelitian dan tinjauan Pustaka yaitu penelitian terdahulu terkait dengan strategi komunikasi organisasi pada sebuah tim di perusahaan.

**Bab III** di dalam bab III berisikan mengenai metodologi penelitian yang memuat penjelasan mengenai pendekatan penelitian, lokasi dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

**Bab IV** di bab IV ini penelitian membahas mengenai hasil dari penelitian dan pembahasan yang memuat tentang sejarah dari tempat objek penelitian MQFM Yogyakarta sampai dengan terbentuknya tim *podcast*. Dan pada bab ini juga akan menjelaskan hasil strategi komunikasi yang dilakukan oleh tim *podcast* MQFM Yogyakarta guna menjaga kohesivitas pada tim tersebut.

**Bab V** pada bab V ini berisikan sebuah penutupan yang mencakup kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti dan juga memberikan rekomendasi untuk penelitian yang akan datang.