

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan lingkungan organisasi pada era digital tidak hanya ditandai oleh perkembangan teknologi, tetapi juga oleh perubahan pola interaksi dan koordinasi kerja di dalam organisasi. Perkembangan sistem komunikasi berbasis digital memang mempermudah pertukaran informasi, namun tidak serta-merta menjamin efektivitas komunikasi internal. Dalam konteks ini, persoalan utama bukan terletak pada media komunikasi yang digunakan, melainkan pada bagaimana pola komunikasi organisasi terbentuk, didistribusikan, dan dijalankan dalam struktur kerja tertentu.

Komunikasi organisasi merupakan proses penyampaian dan pertukaran pesan yang terjadi di antara individu dalam struktur formal maupun informal organisasi. Komunikasi berfungsi sebagai sarana koordinasi, pengambilan keputusan, pengendalian, serta pembentukan hubungan kerja. Menurut Pradipta & Setyanto (2023), pola komunikasi organisasi yang efektif memungkinkan anggota memahami tugas dan tanggung jawabnya secara jelas sehingga mendorong terciptanya koordinasi kerja yang terarah. Sebaliknya, hambatan komunikasi sering kali menjadi penyebab utama ketidaksinkronan kerja tim.

Dalam kajian komunikasi organisasi, dikenal beberapa pola komunikasi klasik seperti pola roda (*wheel*), pola rantai (*chain*), pola Y, dan pola bintang (*all-channel*). Kartika (2023) menyatakan bahwa pola roda cenderung menempatkan pemimpin sebagai pusat komunikasi sehingga arus informasi bergantung pada satu titik. Pola ini memungkinkan kontrol berjalan efektif, namun berpotensi membatasi partisipasi anggota. Sebaliknya, pola bintang memungkinkan interaksi antaranggota berlangsung lebih terbuka dan partisipatif karena distribusi informasi tidak terpusat pada satu aktor saja.

Meskipun organisasi modern telah memanfaatkan berbagai platform digital seperti aplikasi Signal, Whatsapp, Google Spreadsheet dan sistem manajemen digital lainnya, pola komunikasi klasik tetap relevan untuk dianalisis. Pola komunikasi klasik tidak berfokus pada media yang digunakan, melainkan pada struktur hubungan komunikasi antaranggota. Dengan demikian, penggunaan teknologi digital tidak secara otomatis mengubah distribusi sentralisasi komunikasi. Analisis pola klasik justru membantu mengidentifikasi apakah komunikasi dalam organisasi cenderung tersentralisasi, terdesentralisasi, atau partisipatif, terlepas dari media digital yang digunakan.

Untuk mengaitkan antara konsep teoretis dan konteks empiris, relevansi analisis pola komunikasi menjadi semakin penting dalam organisasi yang bergerak di bidang kreatif dan branding digital. Tim yang bekerja dalam produksi konten menghadapi tekanan tenggat waktu, tuntutan kreativitas, serta kebutuhan respons cepat terhadap perubahan pasar. Dalam kondisi tersebut, kejelasan alur komunikasi sangat menentukan kelancaran koordinasi kerja. Tanpa struktur komunikasi yang jelas, potensi miskomunikasi, tumpang tindih tugas, maupun ketidaksesuaian antara perencanaan dan pelaksanaan kerja dapat meningkat.

Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa terdapat permasalahan dalam koordinasi kerja tim brand, khususnya terkait alur komunikasi yang belum berjalan secara optimal. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi hambatan dalam penyampaian informasi, pembagian tugas, serta proses pengambilan keputusan dalam tim. Sehingga, berdasarkan kondisi di lapangan, industri penerbitan dan penjualan buku saat ini tidak lagi hanya berfokus pada produksi buku cetak, tetapi juga pada penguatan brand melalui media digital. Persaingan antarperusahaan penerbitan mendorong pengelolaan tim brand yang lebih adaptif dan terkoordinasi. Beberapa perusahaan seperti Bukunesia Store maupun Gramedia Pustaka Utama telah mengembangkan strategi branding digital yang menuntut koordinasi tim konten secara intensif. Kondisi kompetitif

tersebut menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi internal menjadi faktor penting dalam mendukung strategi brand.

Dalam konteks tersebut, penelitian ini secara khusus memilih Deepublish Store sebagai objek kajian bukan semata-mata karena aksesibilitas peneliti terhadap organisasi, melainkan karena adanya fenomena komunikasi yang secara empiris teramati dan relevan dengan fokus penelitian. Sebagai perusahaan penerbitan berbasis digital yang telah berkembang dan beradaptasi dengan dinamika industri, Deepublish Store memiliki aktivitas branding yang intens dan berkelanjutan.

Tim Brand Deepublish Store memiliki struktur yang terdiri atas divisi teknis dan divisi kreatif. Divisi teknis mencakup *Search Engine Optimization* (SEO) dan *Social Media Specialist* (SMS), sedangkan divisi kreatif meliputi *Content Creator*. Pembagian peran ini menunjukkan adanya kebutuhan koordinasi lintas fungsi antara aspek teknis dan kreatif. Perbedaan karakter tugas tersebut menuntut pola komunikasi yang jelas agar tidak terjadi ambiguitas peran maupun kesenjangan informasi dalam pelaksanaan kerja.

Berdasarkan observasi awal peneliti dalam aktivitas kerja tim, ditemukan dinamika komunikasi yang menunjukkan potensi hambatan pada alur *briefing*, distribusi instruksi, serta mekanisme umpan balik. Dalam beberapa situasi, anggota tim harus merumuskan strategi konten secara mandiri ketika arahan belum tersampaikan secara komprehensif. Selain itu, terdapat indikasi informasi penting yang beredar melalui jalur informal sebelum dikonfirmasi secara resmi. Fenomena tersebut menunjukkan adanya pola komunikasi tertentu yang memengaruhi proses koordinasi kerja tim.

Keunikan Tim Brand Deepublish Store terletak pada struktur tim yang relatif ringkas dengan pembagian peran yang saling bergantung. Dalam tim kecil, komunikasi dapat berlangsung lebih cepat dan fleksibel, namun pada saat yang sama berpotensi menciptakan sentralisasi komunikasi pada pemimpin tim. Kondisi ini menghadirkan ruang analisis yang menarik

untuk melihat apakah pola komunikasi yang terbentuk cenderung terpusat, partisipatif, atau kombinasi keduanya dalam membangun koordinasi kerja.

Meskipun terdapat banyak tim brand pada perusahaan penerbitan lain, penelitian ini tidak bertujuan melakukan perbandingan antarorganisasi, melainkan melakukan analisis mendalam pada satu kasus yang memiliki fenomena komunikasi yang teridentifikasi secara jelas. Dalam pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, fokus penelitian terletak pada kedalaman analisis, bukan pada jumlah objek yang diteliti. Oleh karena itu, pemilihan Tim *Brand Deepublish Store* didasarkan pada pertimbangan empiris dan relevansi fenomena komunikasi yang terjadi, sehingga memungkinkan eksplorasi pola komunikasi organisasi dilakukan secara lebih komprehensif dan kontekstual.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ketidakjelasan alur komunikasi internal dapat berdampak pada efektivitas kerja tim. Mustofa & Rifa'i (2022) mengungkapkan bahwa distribusi informasi yang tidak sistematis dapat membuat anggota merasa bekerja tanpa arahan yang memadai. Agustina & Puspitasari (2022) juga menemukan bahwa hambatan komunikasi muncul ketika pesan tidak disampaikan secara transparan. Sementara itu, Mulia & Maharani (2023) menyatakan bahwa komunikasi yang partisipatif dapat meningkatkan kenyamanan dan loyalitas anggota dalam organisasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa efektivitas koordinasi kerja tidak hanya dipengaruhi oleh kompetensi teknis anggota, tetapi juga oleh pola komunikasi organisasi yang diterapkan. Jika pola komunikasi terlalu tersentralisasi, partisipasi anggota dapat berkurang. Sebaliknya, jika komunikasi berlangsung tanpa struktur yang jelas, risiko miskomunikasi dapat meningkat. Oleh karena itu, analisis pola komunikasi organisasi diperlukan untuk memahami bagaimana distribusi informasi berlangsung serta bagaimana pola tersebut berperan dalam membangun koordinasi kerja tim.

Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada analisis pola komunikasi organisasi yang diterapkan dalam aktivitas kerja Tim Brand Deepublish Store dalam membangun koordinasi kerja tim. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis pada kajian komunikasi organisasi serta memberikan rekomendasi praktis bagi organisasi dalam mengevaluasi dan memperbaiki pola komunikasi internal mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian kualitatif ini, yaitu Bagaimana pola komunikasi organisasi yang diterapkan dalam aktivitas kerja Tim Brand Deepublish Store dalam membangun koordinasi kerja tim?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dari rumusan masalah di atas adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan pola komunikasi organisasi yang berlangsung di Tim Brand Deepublish Store serta menjelaskan perannya dalam membangun koordinasi kerja tim.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yang dibagi menjadi dua yaitu manfaat untuk ilmu pengetahuan (teoritis) dan manfaat untuk objek penelitian (praktis) yaitu Penerbit Deepublish.

1.4.1 Manfaat Teoritis

- Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan studi Ilmu Komunikasi, khususnya dalam Komunikasi Organisasi.
- Penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana pola komunikasi secara konkret diterapkan dan

bagaimana dampaknya terhadap proses koordinasi tim dalam industri kreatif/digital yang serba cepat.

- c. Dapat menjadi referensi dan bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Dapat memberikan masukan dan sebagai bahan evaluasi strategis untuk perusahaan, khususnya bagi Manajer Department Digital Marketing dan *Leader Tim Brand Deepublish Store*
- b. Penelitian ini dapat bahan evaluasi SOP koordinasi kerja, terutama dalam mekanisme pemberian instruksi (*briefing*) dan umpan balik (*feedback*) yang lebih transparan.
- c. Dapat menjadi pertimbangan untuk memperbaiki alur komunikasi vertikal antara pemimpin dengan anggota tim agar lebih terbuka dan partisipatif dalam mengatasi masalah.

1.5 Sistematika Bab

Penulisan skripsi ini disusun ke dalam lima bab yang saling berkaitan. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah yang menjelaskan konteks dan fenomena yang melatarbelakangi penelitian. Selain itu, bab ini juga memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik teoritis maupun praktis, serta sistematika penulisan skripsi secara keseluruhan. Bab ini menjadi dasar untuk memahami arah penelitian yang dilakukan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Pada bagian penelitian terdahulu disajikan perbandingan hasil penelitian sebelumnya yang mengkaji topik serupa. Pada bagian landasan teori dibahas teori-teori utama yang digunakan sebagai pisau analisis, seperti konsep pola komunikasi organisasi, komunikasi internal, koordinasi kerja, struktur jaringan komunikasi, serta teori pendukung lainnya. Bab ini juga memuat kerangka konsep yang menggambarkan hubungan antar konsep yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan dan metode yang digunakan dalam penelitian. Di dalamnya mencakup paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data (wawancara, observasi, dokumentasi), waktu dan lokasi penelitian, teknik analisis data, serta teknik keabsahan data. Bab ini memberikan gambaran mengenai langkah-langkah penelitian yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang valid dan reliabel.

BAB IV : TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil penelitian yang diperoleh di lapangan. Pada bagian awal disajikan profil perusahaan dan profil informan. Selanjutnya dipaparkan temuan penelitian yang berkaitan dengan pola komunikasi organisasi, alur informasi, hambatan komunikasi, hingga dinamika koordinasi kerja dalam tim *brand*. Temuan tersebut kemudian dianalisis dan dibahas menggunakan teori-teori yang telah dijelaskan pada Bab II.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah. Selain itu, disajikan juga saran-saran yang ditujukan bagi pihak terkait maupun peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini ke arah yang lebih lu

