

MANAJEMEN KOMUNIKASI *MARCHING BAND* BAHANA SPARADHA BALIKPAPAN

Seto Yumawardi¹
Hairunnisa²
Sarwo Edy Wibowo³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Manajemen Komunikasi Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan. Penelitian dimaksud untuk memberikan pandangan agar bisa lebih memahami pentingnya manajemen komunikasi dalam pengelolaan tim Marching Band. Penelitian dilakukan pada bulan September 2017 sampai dengan Februari 2018. Penelitian dilaksanakan di SMP Patra Dharma 2 Balikpapan. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara langsung dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian. Adapun yang menjadi narasumber yaitu Untuk Key Informan dalam penelitian ini penulis memilih Band Director Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan, untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas sesuai dengan kebutuhan penulis. Data-data yang didapatkan, dianalisis dengan menggunakan analisis data interaktif Milles, Huberman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Manajemen Komunikasi Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan melihat setiap aspek saling berhubungan dan menuntut setiap personil saling berkomunikasi. Pendekatan holistik akan melihat setiap persoalan dan tantangan sebagai tanggung jawab yang harus dipikul bersama. Mencakup keseluruhan proses yang bisa menjaga kelangsungan kegiatan Marching Band dalam institusi.

Kata Kunci: *Manajemen, Komunikasi, Marching Band*

Pendahuluan

Marching Band adalah istilah dalam bahasa Inggris yang mengacu kepada sekelompok barisan orang yang memainkan satu atau beberapa lagu dengan menggunakan sejumlah kombinasi alat musik (tiup, perkusi, dan sejumlah instrument pit) secara bersama-sama.

Marching band lahir sebagai kegiatan yang memfokuskan penampilan pada permainan musik dan visual secara berimbang, berbeda dengan drum band yang lebih memfokuskan sebagai kegiatan olahraga. Dalam perkembangannya, marching band di Indonesia banyak mengadaptasikan variasi teknik-teknik permainan yang digunakan oleh grup-grup *drum corps* di Amerika, khususnya

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: yumawardisetto@gmail.com

² Hairunnisa, Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³ Sarwo Edy Wibowo, Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

pada instrumen perkusi. Hal ini membuat corak permainan dalam penampilan marching band menjadi lebih mudah dibedakan dari corak penampilan drum band.

Meskipun pola marching band telah berkembang jauh, masih terdapat cukup banyak tradisi militer yang bertahan dalam budaya marching band, tradisi militer tersebut tampak pada atribut-atribut seragam yang digunakan, tata cara berjalan, serta model pemberian instruksi dalam latihan umumnya masih merupakan adaptasi dari tradisi militer yang telah disesuaikan sedemikian rupa.

Nilai-nilai yang terkandung di dalam marching band membuat SMP Patra Dharma 2 Balikpapan membentuk sebuah tim Marching Band pada tahun 2005, yang diberi nama Marching Band Bahana Sparadha. Pada proses perjalannya, tim ini meraih prestasi yang membanggakan baik di kancah nasional maupun internasional. Setara bahkan lebih baik dibandingkan tim Marching Band besar lainnya di Indonesia yang kebanyakan berada dibawah naungan instansi atau perusahaan.

Di luar dari sisi bermusik, marching band adalah sebuah kegiatan yang melibatkan banyak pemain di dalamnya. Keterlibatan begitu banyak orang menyebabkan sebuah tim Marching Band harus dikelola secara benar. Proses pelatihan, anggaran biaya, komunikasi internal dan komunikasi eksternal dengan pihak-pihak terkait seperti media, sponsor, *fans*, komunitas Marching Band dan organisasi (KONI/PDBI) dll. Mengelola sebuah tim dengan begitu banyak orang di dalamnya tentu harus memiliki konsep yang sangat matang agar dapat mencapai tujuan bersama.

Dalam Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan, tim manajemen memiliki tantangan besar. Sebagai sebuah tim yang berada dibawah naungan SMP Patra dharma 2 Balikpapan, sebagian besar anggota (pemain) Marching Band Bahana Spradha Balikpapan berada di usia remaja awal (12-15 tahun) dan remaja pertengahan (15-18 tahun). Sehingga manajemen dihadapkan dengan usia pemain yang masih rentan secara emosional, ditambah dengan perbedaan-perbedaan dari setiap individu pemain tentu menjadi sebuah tanggung jawab yang tidak mudah.

Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan membentuk sebuah tim manajemen dalam pengelolaan perjalanan organisasi. Konsep pengelolaan (*management*) dan kepelatihan (*training*) suatu unit marching band dengan pendekatan holistik atau menyeluruh, yang bisa menimbulkan suatu sinergi yang harmonis dari setiap proses, personil, serta faktor penunjang yang terlibat di dalamnya. Pendekatan holistik memfokuskan pada kesinambungan antar proses yang terjadi dalam unit Marching Band, keserasian kinerja antar personel, keterkaitan antar aspek penunjang kegiatan marching band dan sinergi yang bisa menggerakkan seluruh unit menuju ke satu tujuan yang diharapkan.

Marching Band Bahana Sparadha memiliki konsep manajemen organisasi dalam mendidik anggotanya agar para anggota yang tergabung didalam marching band Bahana Sparadha Balikpapan bisa memiliki sifat yang disiplin dan bertanggung jawab dalam tugas yang sudah diberikan oleh para pelatih. Tidak

hanya prestasi dalam hal bermusik saja yang harus tim manajemen capai, karena pola yang diterapkan akan berpengaruh kepada kebiasaan dan sikap para pemain kedepannya.

Segala kegiatan dan proses interaksi di dalam *Marching Band* tentu akan memiliki andil dalam keberlangsungan tim dan pembentukan karakter para pemainnya. Untuk itu, harus terbentuk sistem manajemen yang baik dalam *marching band* agar proses kegiatan dan interaksi sesuai dengan yang diharapkan.

Dari gambaran masalah diatas Penulis tertarik menganalisa judul **“Manajemen Komunikasi *Marching Band* Bahana Sparadha Balikpapan”**.

Kerangka Dasar Teori

Komunikasi

Rochajat Harun (2008:3) Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin “*communicatus*” yang artinya “berbagi” atau “menjadi milik bersama”. Dengan demikian komunikasi berarti suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Pengertian lain, komunikasi “suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku”. Kemudian Devito (dalam Rosmawati, 2010:14) Komunikasi yang demikian sangat terbatas, karena komunikasi menyangkut banyak tahap, sehingga sifatnya tidak statis akan tetapi dinamis, yaitu bergerak atau berkembang, dari tahap satu ke tahap lainnya, karena itu sebuah kegiatan komunikasi disebut sebagai sebuah “Proses Komunikasi”. Komunikasi juga mengacu pada tindakan, baik oleh satu orang ataupun lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistrosis oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.

Dari definisi komunikasi di atas dapat di simpulkan bahwa komunikasi adalah sebagai proses untuk membangkitkan perhatian atau pemikiran yang di maksud yang bertujuan untuk menjalin kembali komunikasi yang efektif agar tidak ada lagi kesalah pahaman dalam penyampaian pesan.

Teknik Komunikasi

Istilah teknik berasal dari bahasa Yunani “*technikos*” yang berarti keterampilan atau keperigelan. Berdasarkan keterampilan berkomunikasi yang dilakukan komunikator, Effendy (2009:81) mengatakan bahwa teknik komunikasi diklasifikasikan menjadi:

Komunikasi Informatif (Informative Communication)

Komunikasi informatif, yakni agar orang lain yang diajak untuk berkomunikasi dapat mengerti dan tahu apa yang sedang disampaikan atau di ucapkan oleh seorang komunikator. Komunikasi ini bersifat memberi informasi, bersifat menerangkan. Sedangkan suatu penerangan harus bersifat edukatif, stimulatif, dan persuasif. Dalam kamus besar yang dimaksud dengan informasi itu sendiri adalah penerangan, keterangan, pemberitahuan kabar atau berita tentang

sesuatu. Keseluruhan makna yang menunjang amanat yang terlihat didalam bagian-bagian amanat itu.

Komunikasi Persuasif (Persuasive Communication)

Komunikasi persuasif, yakni agar orang lain yang diajak berkomunikasi bersedia menerima sesuatu faham atau keyakinan, dan mau melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain. Persuasif yakni suatu teknik komunikasi secara psikologi manusiawi yang bersifat halus, luas berupa ajakan, bujukan atau rayuan. Tetapi komunikasi ini hanya digunakan kepada komunikasi yang potensi, tartinya tokoh yang mempunyai jajaran dengan pangkatnya atau anak buahnya dalam jumlah yang sangat banyak sehingga apabila berhasil di rubah sifatnya atau ideologinya, maka seluruh jajaran mengikutinya.

Komunikasi persuasif akan sangat efektif apabila adanya pengurangan disonasi. Tetapi sebaliknya apabila disonasi itu ditingkatkan maka komunikasi persuasif kemungkinan akan tidak efektif. Dan komunikasi persuasif itu sangat memerlukan pemahaman dari seorang komunikator. Persuasif juga merupakan sesuatu atau semacam tipuan yang sangat menakutkan.

Komunikasi Koersif (Coersive Communication)

Komunikasi koersif diartikan suatu pemaksaan yang nantinya kebanyakan pada hasilnya menampakkan suatu hasil yang negatif. Yang sifatnya berkenaan dengan koersi. Koersi adalah bentuk akomodasi yang prosesnya dilakukan atau dilaksanakan dengan mempergunakan tekanan sehingga salah satu pihak yang berinteraksi berada dikeadaan lemah dibandingkan dengan pihak lawan. Dan merupakan sistem komunikasi yang menggunakan paksaan atau kekerasan.

Proses Komunikasi

Proses Komunikasi secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena orang lain. Apakah itu berbentuk ide, informasi atau opini baik mengenai hal kongkret maupun yang abstrak bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang. Adalah berkat kemampuan bahasa maka kita dapat mempelajari ilmu pengetahuan sejak ditampilkan oleh Aristoteles, Plato, dan Socrates dapat menjadi manusia beradab dan berbudaya dan dapat memperkirakan apa yang akan terjadi pada tahun, dekade, bahkan abad yang akan datang.

Wilbur Schramm, seorang ahli komunikasi kenamaan, dalam karyanya, "*Communication Research in the United States*", menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni panduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meaning*) yang pernah diperoleh komunikasi.

Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikasi sebagai sasarannya berada ditempat yang telatif jauh atau jumlahnya banyak.

Pada umumnya dikalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua. Jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambang (*symbol*) beserta isi (*content*) yakni pikiran dan atau perasaan yang dibawahnya menjadi totalitas pesan (*message*), yang tampak tak dapat dipisahkan.

Manajemen

Manajemen adalah suatu rangkaian aktivitas yang didalamnya terdapat perencanaan, pengambilan keputusan, pengorganisasian, kepemimpinan, serta pengendalian yang diarahkan pada sumber daya (*resource*) untuk mencapai tujuan dengan efektif serta efisien. Follet yang dikutip oleh Wijayanti (2008:1) mengartikan manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Menurut Stoner yang dikutip oleh Wijayanti (2008:1) manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya manusia organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Manajemen merupakan usaha yang dilakukan secara bersama-sama untuk menentukan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*) pelaksanaan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*).

Manajemen Komunikasi

Parag Diwan (1999), Manajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Antar Venus, Manajemen komunikasi adalah proses pengelolaan sumber daya komunikasi yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pertukaran pesan yang terjadi dalam berbagai konteks komunikasi. Konteks komunikasi yang dimaksud disini berarti tataran komunikasi individual, interpersonal,

organisasional, governmental, sosial, atau bahkan internasional. Pada pengertiannya manajemen komunikasi adalah proses timbal balik (resiprokal) pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk atau memberi perintah, berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para komunikator dan konteks sosialnya (Cutlip, 2007).

Komunikasi dalam Manajemen

Komunikasi dalam manajemen diibaratkan sebagai “minyak pelumas” bahkan GR. Terry mengatakan bahwa *management is communications*. Dari pendapat tersebut terlihat betapa pentingnya peran komunikasi dalam kegiatan manajemen. GR. Terry mengemukakan bahwa dalam suatu kegiatan manajemen terdapat lima bentuk komunikasi, antara lain:

1. Komunikasi formal. Biasanya terjadi dalam jalur komunikasi formal, memiliki wewenang dan tanggung jawab yaitu melalui instruksi-instruksi bentuk lisan dan tulisan sesuai dengan prosedur secara fungsional yang berlaku dari arus atasan ke bawahan atau sebaliknya.
2. Komunikasi non-formal, yaitu di luar komunikasi formal, terjadi secara spontan. Misalnya Sumbang saran yang berkaitan dengan tugas, kewajiban. Efektif digunakan dalam perusahaan yang bersifat padat karya dengan jumlah pekerja cukup banyak, dan tidak terlalu teknis.
3. Komunikasi informal. Seperti halnya komunikasi non formal namun lebih menekankan pada aspek *human relations*-nya. Atau dengan kata lain digunakan dalam permasalahan di luar pekerjaan secara langsung.
4. Komunikasi teknis. Biasanya hanya dilakukan dan dimengerti oleh orang-orang tertentu saja yang berkaitan dengan kegiatan tersebut.
5. Komunikasi prosedural. Biasanya dekat dengan komunikasi formal, diwujudkan misalnya dalam bentuk pemberian laporan tahunan/bulanan, instruksi tertulis, memo dan lain-lain.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif, yakni merupakan penelitian yang menggambarkan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Berpedoman pada jenis penelitian tersebut, dengan maksud untuk menggambarkan hasil dari gejala-gejala yang dilihat serta diamati.

Fokus penelitian merupakan indikator dan faktor-faktor yang akan diteliti secara detail oleh peneliti, dengan memasukkan aspek-aspek yang berguna sehingga dapat menjalin sebuah alur fenomena dari masalah yang akan dijelaskan dan mendapatkan jenis dan sumber data yang diinginkan. Adapun fokus penelitian yang akan ditentukan penulis, yaitu :

1. Kegiatan Manajemen :
 - a. Komunikasi Formal
 - b. Komunikasi Non-Formal

2. Faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi Manajemen Komunikasi *Marching Band* Bahana Sparadha Balikpapan.

Hasil Penelitian

Manajemen Komunikasi

Untuk pelatih - hubungan anggota

Komunikasi yang efektif, informasi dan keputusan merupakan komponen penting untuk manajemen hubungan anggota. Pelatih tidak bisa mendapatkan hasil latihan dari anggotanya sesuai dengan target yang diinginkan kecuali mereka dikomunikasikan secara efektif. Pelatih juga harus yakin beberapa fakta dasar seperti bagaimana berkomunikasi dan apa yang dapat diharapkan hasil dari komunikasi itu. Sebagian besar masalah manajemen timbul karena kurangnya komunikasi yang efektif. Kemungkinan kesalahan pemahaman dan keliru dapat diminimalkan dengan sistem komunikasi yang benar.

Untuk motivasi dan semangat latihan anggota

Komunikasi merupakan alat dasar untuk motivasi, yang dapat meningkatkan moral para anggota *Marching Band* Bahana Sparadha. Komunikasi yang tidak tepat atau rusak antara anggota atau antara pelatih dan pemainnya adalah penyebab utama dari konflik dan hambatan dalam proses pelatihan. Pelatih harus menjelaskan kepada pemain tentang apa yang harus dilakukan, seberapa baik mereka lakukan dan apa yang dapat dilakukan untuk performa yang lebih baik untuk meningkatkan motivasi mereka. Pelatih bisa menyiapkan pernyataan tertulis, jelas menguraikan hubungan antara tujuan tim dan tujuan pribadi dan mengintegrasikan kepentingan dari keduanya.

Untuk meningkatkan produktivitas

Dengan komunikasi yang efektif, dapat mempertahankan hubungan manusia yang baik dalam organisasi dan dengan mendorong ide-ide atau saran dari semua pihak di dalam tim dan, juga dapat meningkatkan produktivitas.

Untuk pemain

Pemain dapat menyampaikan laporan, komentar, keluhan dan saran ke senior atau manajemen. Organisasi harus memiliki kebijakan komunikasi yang efektif dan cepat dan prosedur untuk menghindari keterlambatan, kesalahpahaman, kebingungan atau distorsi fakta dan membangun harmoni di antara semua orang yang bersangkutan.

Manajemen Komunikasi yang dilakukan pada *Marching Band* Bahana Sparadha Balikpapan diperoleh berdasarkan data dan wawancara dengan Bapak Hendra Yanuardi selaku *Band Director* *Marching Band* Bahana Sparadha mengemukakan sebagai berikut :

“Komunikasi itu dalam pengaturan program biasanya selalu dilakukan mulanya dari *band director*, *band director* itu tidak hanya sebagai kepala

pelatih tetapi juga *direct* keseluruhan program yang ada di Marching Band. Jadi arah-arrah yang diperlukan untuk group ini, apakah untuk program pertandingan, penampilan maupun program apapun itu dikeluarkan dari programnya *band director* kemudian di *support* oleh anggota yang untuk diarahkan kesana maupun manajemen untuk bisa *men-support*.” (Wawancara, 27 Januari 2018).

Dalam menjalankan Marching Band terdapat konsep pengelolaan (*management*) dan kepelatihan (*training*) suatu unit marching band dengan pendekatan holistik atau menyeluruh yang bisa menimbulkan suatu sinergi yang harmonis dari setiap proses, personil, serta faktor penunjang yang terlibat di dalamnya. Pendekatan holistik memfokuskan pada kesinambungan antar proses yang terjadi dalam unit marching band, keserasian kinerja antar personel, keterkaitan antar aspek penunjang kegiatan marching band, dan *sinergy* yang bisa menggerakkan seluruh unit menuju ke satu tujuan yang diharapkan.

Bentuk Sinergi yang Efektif dalam sebuah unit MB:

1. *Interdependensi* yang positif
Semua personel dalam unit MB harus bisa bekerja sama dan saling membahu untuk satu tujuan bersama
2. Akuntabilitas individu dan unit MB
Setiap personel harus bertanggung jawab atas tugas masing-masing untuk membantu unit MB mencapai target
3. Interaksi yang intensif
Setiap personel bekerja dan berinteraksi satu sama lain
4. Kemampuan bekerja dalam tim
Komunikasi harus efektif, pembuat kebijakan harus memperhatikan segala aspek serta mengelola konflik dalam tim
5. Pencapaian unit
Melakukan refleksi atas kemajuan yang dicapai dari hasil kerja tim.

Pendekatan holistik melihat setiap aspek saling berhubungan dan menuntut setiap personil saling berkomunikasi. Pendekatan ini akan melihat setiap persoalan dan tantangan sebagai tanggung jawab yang harus dipikul bersama. Pendekatan holistik mencakup keseluruhan proses yang bisa menjaga kelangsungan kegiatan marching band dalam institusi.

Komunikasi dalam marching band melibatkan publik internal dan eksternal. Publik internal terdiri dari pelatih, POTA (Persatuan Orangtua Anggota), pembina dan pemain. Publik eksternal terdiri dari pegawai/guru, *fans*, komunitas Marching Band, organisasi (KONI/PDBI), media, donatur dan sponsor.

Agar manajemen jadi lebih efektif, Marching Band Bahana Sparadha menerapkan beberapa hal, seperti:

1. Menerapkan metode komunikasi publik yang efektif
2. Seluruh pihak (pembina, pemain, POTA, dan pelatih) harus berperan aktif

3. Pengambilan kebijakan dan penyelesaian masalah harus dilakukan dengan mempertimbangkan kepentingan seluruh pihak dan faktor penunjang yang ada
4. Mengelola perbedaan dan potensi konflik yang mungkin terjadi
5. Mengerti tanggung jawab dan bergerak secara mandiri.”

(Vision to Establish Marching Band, 2012 by Hendra Yanuardi).

Data dan wawancara diatas menjelaskan bahwa dalam menjalankan program-program Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan, Band director membuat perencanaan untuk program-program di dalam Marching Band, kemudian program yang telah dibuat akan dijalankan oleh tim pelatih dan manajemen, lalu band director akan melakukan pengawasan dan pengendalian dijalankannya program tersebut. Dalam proses menjalankan program-program tersebut, semua pihak dalam marching band akan saling mengkomunikasikan perkembangan yang terjadi. Komunikasi juga dilakukan kepada pihak diluar Marching Band yang akan mempengaruhi proses keberhasilan tujuan Marching Band, seperti guru, *fans*, komunitas Marching Band, organisasi (KONI/PDBI), media, donatur dan sponsor.

Konsep pendekatan holistik yang telah diterapkan membuat komunikasi menjadi unsur penting dalam efektifitas manajemen Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan.

Komunikasi Formal

Komunikasi formal. Biasanya terjadi dalam jalur komunikasi formal, memiliki wewenang dan tanggung jawab yaitu melalui instruksi-instruksi bentuk lisan dan tulisan sesuai dengan prosedur secara fungsional yang berlaku dari arus atasan ke bawahan atau sebaliknya.

Berdasarkan sumber *key informan* Hendra Yanuardi (*Band Director* Marching Band Bahana Sparadha) mengemukakan bahwa:

“(Penyampaian) konsep pasti lewat tertulis, konsep yang perlu disepakati dan program yang dijalankan tentunya melalui tata administrasi, biasanya dari *band director* kepada manajemen. Pertemuan rutin itu ada, tapi belum terjadwal, jadi sesuai keperluan, biasanya tergantung dari durasi menjelang kegiatan, misalnya kegiatan masih enam bulan, ada pertemuan satu bulan sekali, tiga bulan sebelumnya mulai *intensif*, ada pertemuan hanya di manajemen, ada yang melibatkan keseluruhan (untuk keperluan khusus). Rapat diarahkan untuk hal-hal yang sifatnya penting, *brief*, dan pengambilan keputusan-keputusan prinsip.” (Wawancara, 27 Januari 2018)

Dalam persiapan keberangkatan tim menuju sebuah *event*, misalnya. Manajemen Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan melakukan pertemuan dengan seluruh pihak yang terlibat. Pihak sekolah dan orangtua akan bertemu dengan manajemen guna membahas hal-hal yang dianggap penting dalam persiapan keberangkatan. Dalam hal ini pihak manajemen akan menjelaskan secara rinci segala keperluan keberangkatan. *History* keikutsertaan event selama

ini, tujuan keberangkatan, manfaat keikutsertaan bagi para pemain dan transparansi anggaran akan dijabarkan oleh pihak manajemen guna meyakinkan orangtua dan sekolah untuk turut terlibat melancarkan proses keberangkatan anak-anak mereka (pemain) dalam tim ini. (Gambar pertemuan terlampir).

Selain rapat-rapat yang diadakan, band director, pelatih dan komandan corp dapat memberikan arahan pada saat sesi apel sebelum dan setelah latihan. Ini merupakan tradisi tetap di dalam Marching Band. Dalam sesi ini pemain juga dapat menyampaikan proses yang telah mereka capai, serta kendala apa yang mereka hadapi. Kemudian tim pelatih akan membicarakan solusi yang dapat diambil.

Penjelasan rinci tentang tata aturan, jadwal dan panduan untuk orangtua dan pemain Marching band Bahana Sparadha terdapat di dalam buku panduan (*handbook*) yang dibagikan di awal *sessi* kepelatihan. Panduan ini ditulis untuk anggota dan keluarga besar Marching Band Bahana Sparadha dengan harapan dapat memberikan informasi tentang tujuan, prosedur, arahan, dan kegiatan dari program band ini. Diharapkan semua anggota dan orangtua membaca keseluruhan panduan itu dengan seksama untuk menghindari konflik dengan ketentuan yang tertulis didalamnya. Sebagai anggota Marching Band Bahana Sparadha, pemain mewakili nama baik sekolah dan program band dengan berbagai standar keunggulannya. (*handbook* terlampir)

Dari uraian diatas, Marching Band Bahana Sparada melakukan beberapa jalan komunikasi formal dengan prosedur yang telah ditetapkan dan penjadwalan beberapa pertemuan. Proses dan penjadwalan setiap pertemuan telah ditetapkan di dalam AD-ART BPO / *Standart Operational Procedure* Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan.

Komunikasi Non-Formal

Komunikasi non-formal, yaitu di luar komunikasi formal, terjadi secara spontan. Misalnya sumbang saran yang berkaitan dengan tugas, kewajiban. Efektif digunakan dalam perusahaan yang bersifat padat karya dengan jumlah pekerja cukup banyak, dan tidak terlalu teknis.

Berdasarkan sumber *key informan* Hendra Yanuardi (*Band Director* Marching Band Bahana Sparadha) mengemukakan sebagai berikut:

“Dalam pelaksanaan keseharian, *band director* kepada manajemen melakukan *remining* tentang program-program yang dijalankan secara verbal. Komunikasi sekarang lebih *modern*, lebih mudah, jadi menggunakan media sosial maupun menggunakan *text* lewat *chat application*. Yang paling sering digunakan adalah *chat application*. 80% komunikasi biasanya dilakukan dengan *chat application*. Banyak informasi-informasi yang tidak perlu dilakukan lewat rapat karena bisa dilakukan melalui *chat application* .” (Wawancara, 27 Januari 2018)

Remining tentang program dilakukan untuk memastikan bahwa setiap perencanaan dilaksanakan oleh manajemen. Timbal balik informasi dari manajemen membuat *band director* dapat mengetahui sejauh mana perkembangan program telah dijalankan. Proses komunikasi non-formal ini juga membuat *band director* dan manajemen maupun antar anggota manajemen dapat bertukar pikiran bila menemukan hambatan dalam menjalankan program. *Band director* memanfaatkan media dan melakukan komunikasi personal sebagai salah satu cara mencapai efektifitas kerja tim.

Komunikasi seperti ini secara langsung peneliti saksikan ketika *band director* menghubungi pelatih *color guard* melalui telepon guna membahas perkembangan proses latihan serta *property* yang akan digunakan untuk event di Malaysia. Pembahasan konsep melalui alat komunikasi ini dilakukan demi efektifitas waktu dan pertukaran ide-ide yang segar. *Band director* dan pelatih bertukar ide demi memaksimalkan penampilan tim agar mendapatkan hasil yang diinginkan.

Faktor Pendukung

Faktor pendukung adalah salah satu faktor yang mempermudah proses Komunikasi Manajemen *Marching Band* Bahana Sparadha selama menjalankan program-program pengelolaan *Marching Band* Bahana Sparadha.

“Dalam *Marching Band* Bahan Sparadha Balikpapan, keterlibatan pihak sekolah dan orangtua pemain di dalam manajemen membuat *synergy*, sehingga mereka lebih memahami kebutuhan dan tujuan dari tim. *Synergy* yang terbangun menjadikan mereka lebih memahami kebutuhan dari tim ini. Pola seperti ini membuat tim lebih mudah menemukan solusi dari setiap kebutuhan dan permasalahan yang terjadi.

Ketika orangtua membuat keputusan untuk tidak lagi melibatkan anak mereka di dalam tim, mereka akan mengkomunikasikan dengan tim manajemen. Sehingga mempersempit kemungkinan keputusan tiba-tiba yang kemudian akan menyulitkan tim. Begitu pula dengan kebijakan atau peraturan-peraturan dari pihak sekolah, akan terlebih dahulu dibicarakan dengan tim manajemen. Semisal kapan saja para siswa (pemain) boleh atau tidak boleh berlatih mempertimbangkan jadwal akademis yang tetap menjadi tugas utama para pemain sebagai siswa.

Dalam hal absensi kehadiran, atas dasar saran dari orangtua pemain, *Marching Band* Bahana Sparadha menggunakan sebuah sistem yang dapat mendeteksi absensi sekolah pemain dan absensi latihan pemain dengan performa hasil latihan serta hasil akademis mereka. Sistem ini secara otomatis dapat mengukur tingkat kehadiran dan prestasi para pemain. Karena prestasi akademis tetap menjadi hal utama yang dipertimbangkan.

Pola yang telah terjalin dan terbangun dengan semua pihak di dalam pengelolaan *Marching band*, mempermudah setiap proses komunikasi yang dilakukan”.

Kemajuan teknologi juga semakin mempermudah proses penyampaian pesan, kini jarak dan keterbatasan waktu tidak lagi menjadi halangan yang berarti.

Faktor Penghambat

Faktor penghambat adalah salah satu faktor terhambatnya suatu komunikasi yang dialami Manajemen Marching Band Bahana Sparadha selama menjalankan program-program pengelolaan Marching Band Bahana Sparadha.

Pada kebanyakan Marching Band di Indonesia yang berada di bawah naungan sekolah, hal yang biasa dihadapi adalah perbedaan *knowledge* tentang Marching Band antara tim pelatih dan pihak sekolah maupun orangtua pemain. Hal ini menyebabkan tidak berjalannya komunikasi yang efektif antara tim pelatih kepada pihak sekolah maupun orangtua pemain sehingga banyak hal yang diinginkan oleh tim pelatih tidak dipenuhi oleh pihak sekolah dan orangtua pemain.

Untuk Marching Band Bahana Sparadha sendiri, hambatan yang sering dihadapi adalah:

“Perbedaan karakter dari masing-masing pemain membuat pendekatan yang kita lakukan juga berbeda. Marching Band itu jumlah pemainnya sangat banyak ya, pasti ada perbedaan-perbedaan yang terasa disaat awal sesi latihan dimana para pemain baru mulai masuk. Kita akan kembali melakukan adaptasi seperti apa karakter mereka. Walaupun pakem di dalam Marching Band sudah ada, tetapi untuk adaptasi terhadap karakter pemain tetap di perlukan apalagi di awal awal sesi latihan. Tantangannya adalah bagaimana menyatukan perbedaan-perbedaan mereka, menjadi sebuah tim yang solid. Marching band itu mempersatukan, jadi mereka sebagai tim harus mampu untuk saling mendukung satu dengan lainnya. Satu contoh semisal ketika ada satu atau beberapa pemain yang memiliki kebutuhan khusus, tim pelatih tentu melakukan pendekatan yang berbeda kepada mereka, begitu pula sebisa mungkin memberikan pengertian kepada pemain yang lainnya. Hal ini sekali lagi untuk berhasil meraih tujuan tim.”

Analisis

Analisis ini berdasarkan teori manajemen komunikasi, Manajemen Komunikasi terdiri dari dua kata yaitu Manajemen yang berarti ilmu atau seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Dalam prosesnya yaitu membuat perencanaan, pengorganisasian, pengendalian serta memimpin berbagai usaha dalam mencapai tujuan. sedangkan komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang atau kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Karena itu manajemen komunikasi merupakan perpaduan konsep komunikasi dan manajemen yang diaplikasikan dalam berbagai setting komunikasi.

Pada *Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan*, program-program di dalam *Marching Band* dibuat oleh *Band director*, kemudian program yang telah dibuat akan dijalankan oleh tim pelatih dan manajemen, tim terbagi menurut fungsi dan keahlian masing-masing. *Band director* akan melakukan pengawasan dan pengendalian dijalanannya program tersebut.

Dalam proses menjalankan program-program tersebut, semua pihak dalam *marching band* akan saling mengkomunikasikan perkembangan yang terjadi. Komunikasi juga dilakukan kepada pihak diluar *Marching Band* yang akan mempengaruhi proses keberhasilan tujuan *Marching Band*, seperti guru, *fans*, komunitas *Marching Band*, organisasi (KONI/PDBI), media, donatur dan sponsor.

Konsep pengelolaan (*management*) dan kepelatihan (*training*) *marching band Bahana Sparadha* dengan pendekatan holistik atau menyeluruh, yang bisa menimbulkan suatu sinergi yang harmonis dari setiap proses, personil, serta faktor penunjang yang terlibat di dalamnya.

Pendekatan ini melihat setiap aspek saling berhubungan dan menuntut setiap personil saling berkomunikasi. Pendekatan holistik akan melihat setiap persoalan dan tantangan sebagai tanggung jawab yang harus dipikul bersama. Mencakup keseluruhan proses yang bisa menjaga kelangsungan kegiatan *Marching Band* dalam institusi.

Marching Band Bahana Sparadha menerapkan metode komunikasi publik dan mengedepankan interaksi antar personil, manajemen serta manajemen dan personil. Oleh Karena itu, komunikasi memiliki peran penting dalam kegiatan manajemen *Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan*.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian lapangan tentang Manajemen Komunikasi *Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan* yang dilakukan dengan wawancara langsung dan observasi langsung maka dapat disimpulkan, bahwasanya *Band Director Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan* dalam menjalankan tugasnya untuk mengelola sebuah tim *Marching Band* dengan pendekatan komunikasi yang efektif. Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis, maka pada bab ini peneliti membuat kesimpulan, sebagai berikut:

Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan membuat sistem pengelolaan dengan pendekatan Holistik (menyeluruh). Kegiatan manajemen direncanakan dan disusun sedemikian rupa. Komunikasi menjadi hal yang dikedepankan dalam setiap proses penyampaian program dan kepelatihan. Sistem yang telah terjalin pada semua pihak yang terlibat dalam pengelolaan tim ini membuat komunikasi yang terjalin semakin mendukung keberhasilan penyampaian program yang ingin dicapai. Faktor penghambat menjadi terukur sehingga lebih mudah dalam menemukan solusi dari setiap hambatan yang terjadi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi dilapangan mengenai Manajemen Komunikasi Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan yang telah penulis lakukan maka, penulis menyampaikan saran-saran sebagai berikut :

Dengan sistem pengelolaan komunikasi yang telah diterapkan oleh manajemen Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan diharapkan menjadi inspirasi bagi Marching Band lainnya guna mencapai komunikasi yang baik. Karena proses pengelolaan sebuah tim Marching Band tidak hanya tentang bagaimana memperoleh prestasi, tetapi meliputi proses panjang yang harus dilalui. Dalam pengelolan sebuah tim, sebaiknya dilakukan dengan sistem yang rapi. Karena mengelola sebuah tim Marching Band dengan begitu banyak orang di dalamnya tentu harus memiliki konsep yang sangat matang agar dapat mencapai tujuan bersama.

Daftar Pustaka

- Effendi, Bachtiar. 2009. *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*. Bengkulu : PT. Rineka Cipta
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori & Pratek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Fajar, Marhaeni. 2008. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Jakarta Barat : Graha Ilmu.
- Moeleong, Lexy J. 2005. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Moeleong, Lexy J. 2006. *Metodelogi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Pace, R Wayne, dkk. 2011. *Komunikasi Organisasi (Strategi Meningkatkan KinerjaPerusahaan)*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Romli, Khomsahrial. 2011. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia
- Ruliana, Poppy. 2014. *Komuniksi Organisasi teori dan studi kasus*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- M.A, Morrisan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Pace, R. Wayne & Faules, F. Don. 2013. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Dokumen – dokumen:

- Pedoman Penyusunan Tugas Akhir (Proposal Skripsi Dan Skripsi)*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Mulawarman. Samarinda. 2017
- Dokumen dari Marching Band Bahana Sparadha Balikpapan
- Aturan Dasar dan Operasional Organisasi Marching Band* (Formulasi ini disarikan dan disusun oleh Hendra Yanuardi)