

POLA KOMUNIKASI REDAKTUR DALAM MEMBENTUK KEDISIPLINAN REPORTER DI REDAKSI PRO BISNIS WEEKEND PT. DUTA MANUNTUNG KOTA SAMARINDA

Kukuh Kurniawan Nugraha¹, Sugandi², Johantan Alfando WS³

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi antara redaktur dan reporter di redaksi Pro Bisnis Weekend PT Duta Manuntung sekaligus memberi saran khususnya di perusahaan yang bergerak di industri media cetak.

Fokus penelitian ini adalah pola komunikasi yang dibentuk redaktur halaman Pro Bisnis Weekend kepada reporternya pada saat tahap sosialisasi awal, tahap pertemuan, tahap pembentukan, tahap keluar, sikap yang dibentuk redaktur kepada reporternya dan bentuk komunikasi yang dilakukan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi antara redaktur dan reporter di redaksi Pro Bisnis Weekend PT Duta Manuntung memiliki pola roda yang bersifat dua arah. Di posisi tengah ditempati oleh redaktur sementara reporter mengelilinginya sehingga membentuk pola roda. Ide berita hingga naskah utuh dipersilakan kepada reporter sesuai kreativitas. Namun redaktur berhak menyunting naskah hingga siap cetak dan menjadi penentu keputusan naskah mana yang akan terbit dan yang layak untuk diangkat menjadi berita utama. Untuk membentuk kedisiplinan, redaktur memberikan batas akhir pengumpulan berita di hari Kamis pukul 10 malam. Redaktur belum menentukan bentuk hukuman yang harus diterima reporternya jika tidak memenuhi deadlinenya. Redaktur juga cenderung pasif dalam mengontrol kinerja reporternya sehingga sering kali reporter telat dalam mengirimkan beritanya sesuai dengan deadline yang telah ditentukan. Agar hal tersebut tidak berulang, redaktur disarankan untuk melakukan redundancy, yaitu mengulang pesan yang disampaikan kepada reporternya.

Kata Kunci: Pola Komunikasi, Reporter, Redaktur

PENDAHULUAN

Peneliti memilih penelitian mengenai pola komunikasi redaktur dalam membentuk kedisiplinan reporter di redaksi pro bisnis weekend PT Duta

¹ Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: kurniawan@kukuh.my.id

² Dosen Pembimbing 1 dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

³ Dosen Pembimbing 1 dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Manuntung Samarinda. Perusahaan tersebut merupakan organisasi bisnis yang bergerak di bidang media cetak harian.

Peneliti memilih PT. Duta Manuntung karena mereka adalah media cetak pertama yang berdiri sejak 5 Januari 1988 atau sekitar 31 tahun lalu. Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan peneliti pada 22 Januari 2018 di kantor PT. Duta Manuntung yang beralamat di Jalan Untung Suropati Kompleks Mahakam Square Samarinda, mereka memiliki dua kantor cabang di Samarinda dan Balikpapan. Kantor Balikpapan merupakan pusat untuk mencetak berita, sementara sebagian besar awak redaksi berada di Samarinda karena merupakan ibukota provinsi Kalimantan Timur yang memiliki banyak kantor tingkat provinsi dan rumah sakit umum terbesar di Kalimantan Timur.

Dalam studi pendahuluan, Raden Roro Mira Budi Asih selaku redaktur Pro Bisnis *Weekend* mengatakan, dalam praktiknya sering terjadi gesekan dan kesalahan koordinasi yang dilakukan utamanya antara seorang reporter dan redaktornya. Dia menyebut reporter seringkali tidak disiplin karena mengirim berita melewati *deadline* yang telah disepakati (Kamis pukul 22.00 Wita). Padahal menurutnya kedisiplinan adalah syarat utama bila ingin menjadi reporter berkualitas. Selain itu, Roro juga menjelaskan jika kedua reporternya sering melakukan kesalahan berulang seperti tidak menggunakan bahasa baku ataupun kesalahan sepele seperti salah ketik.

Keterlambatan dalam mengirimkan berita dan kurang belajar dari kritik yang diterima akhirnya berpengaruh dalam kualitas berita yang dikirim. Roro harus menyunting kesalahan-kesalahan dasar dalam waktu yang mepet. Seringnya kesalahan ini terulang membuat redaktur sangat ingin membentuk sikap reporternya agar lebih disiplin dan dapat menerima kritik.

Fenomena ini sering kali terjadi di redaksi Pro Bisnis *Weekend*. Peneliti berpendapat, pola komunikasi organisasi di antara reporter dan redaktur tidak berjalan sebagaimana idealnya sebuah organisasi.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pola komunikasi redaktur Pro Bisnis *Weekend* dalam membentuk sikap reporter di PT. Duta Manuntung kantor cabang Samarinda?
2. Pola komunikasi apa yang ideal untuk membentuk kedisiplinan reporter?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi antara redaktur dan reporter di redaksi Pro Bisnis *Weekend* PT Duta Manuntung sekaligus memberi saran khususnya di perusahaan yang bergerak di industri media cetak.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara praktis: Peneliti dapat menerapkan dan memperdalam ilmu yang telah peneliti pelajari di program studi Ilmu Komunikasi khususnya mata kuliah yang berkaitan dengan komunikasi organisasi dan

mengimplementasikannya di lapangan. Peneliti dapat menambah pengetahuan tentang komunikasi organisasi di redaksi PT Duta Manuntung Samarinda.

Redaksi PT Duta Manuntung dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan dalam melaksanakan kegiatan organisasi khususnya yang berhubungan dengan komunikasi organisasi antara redaktur dan reporternya. Redaksi PT. Duta Manuntung dapat mengetahui seberapa efektif kinerja komunikasi organisasi mereka khususnya di redaksi Pro Bisnis *Weekend*.

2. Manfaat secara teoritis: Diharapkan dapat memperkaya perbendaharaan kepustakaan khususnya di jurusan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan media cetak. Serta memberi masukan serta referensi untuk penelitian selanjutnya.

KERANGKA DASAR TEORI

Teori Asimilasi Organisasi

Teori Asimilasi Organisasi dari Fred Jablin menjelaskan bagaimana individu sebagai anggota baru berasimilasi di dalam organisasi dengan menggunakan komunikasi. Menggambarkan bahwa terdapat empat proses yang terjadi pada saat individu memasuki organisasi baru yaitu tahap sosialisasi awal (*anticipatory socialization*), tahap pertemuan (*the encounter stage*), tahap perubahan bentuk (*metamorphosis stage*), dan tahap keluar dari organisasi (*exit stage*) (Purwaningmulan, 2011:93).

Dalam proses asimilasi tersebut komunikasi memegang peranan penting di setiap tahapannya. Pada tahap sosialisasi awal terdapat komunikasi selama wawancara, pada tahap pertemuan terdapat proses mencari informasi, dan tahap pembentukan terdapat proses pengembangan aturan organisasi.

Pengertian Disiplin

Disiplin dapat diartikan sebagai sikap seseorang atau kelompok yang berniat untuk mengikuti aturan-aturan yang ditetapkan. Dalam kaitannya dengan pekerjaan, pengertian disiplin adalah suatu sikap dan tingkah laku yang menunjukkan ketaatan karyawan terhadap peraturan organisasi (Surhayat, 2009:19).

Pengertian Pola Komunikasi Organisasi

Jaringan komunikasi secara sederhana berarti pola-pola komunikasi mapan yang menghubungkan para anggota organisasi menjadi kesatuan-kesatuan. Secara teknis pengertian-pengertian yang telah dikembangkan oleh para ilmuwan komunikasi organisasi juga mirip. Ada lima jenis jaringan komunikasi sebagai bentuk pola penyebaran informasi, yaitu: pola mata-rantai (*chain*), roda (*wheel*), Y (*combination shape*), lingkaran (*circle*) dan semua saluran (*all channel*) (Hardjana, 2016:41).

Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatus* yang artinya menjadi milik bersama. Kata sifatnya yaitu *communis* yang bermakna umum atau bersama-sama. Artinya, komunikasi menurut Lexicographer, seorang ahli kamus bahasa menyebut bila komunikasi menunjuk kepada suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan (Fajar, 2009:30).

Pengertian Redaktur

Secara teknis tugas redaktur terbagi dalam dua jenis pekerjaan, “membaca dan memperbaiki” serta “menyusun kembali” naskah berita yang diterimanya. Memperbaiki dalam arti mengoreksi ejaan, tata bahasa, penggunaan istilah dan konteks wacananya. Semua aspek tersebut disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku dan selera serta opini ataupun tema surat kabar atau media massanya (Suhandang, 2016: 64).

Pengertian Reporter

Semua reporter bekerja langsung di bawah penguasaan redaktur tertentu (kriminal, kota, olahraga dan lain sebagainya). Mereka tergabung dalam jajaran redaksi yang disebut desk. Dalam timnya para reporter dikenal sebagai beat man dan lainnya disebut leg man. Beat man ditandai dengan tugas rutinnnya meliput keadaan kota, pengadilan, markas besar kepolisian, hotel-hotel dan lain sebagainya. Hari-hari tugasnya dijalani untuk melakukan pencarian bahan berita, dan secara rutin mengadakan pendekatan kepada para pejabat terkait. Leg man adalah reporter khusus yang ditugaskan meliput peristiwa-peristiwa tertentu oleh *desk*-nya. Leg Man menulis sendiri naskah beritanya dan dalam beberapa hal ditambahkannya beberapa fakta, serta kemudian menghubungi para penyusun ulang (rewriter) berita di *desk*-nya untuk meminta bantuan mereka dalam menyempurnakan bentuk beritanya. Beberapa leg man membatasi dirinya hanya pada memperoleh data atau fakta saja, dan penulisan beritanya diserahkan kepada redaktur (*desk*) yang bersangkutan. (Suhandang, 2016:55)

Struktur Redaksi Media

Secara struktural, redaksi media umumnya terdiri atas pemimpin redaksi, redaktur pelaksana (redaktur eksekutif), redaktur, asisten redaktur, koordinator liputan/reportase, dan reporter. Setiap divisi menjalani fungsinya masing-masing hingga melahirkan suatu produk berita baik yang dicetak, disiarkan, ataupun ditayangkan.

Pemimpin redaksi adalah jabatan tertinggi dalam jajaran redaksi, dan bertanggung jawab terhadap berita yang dimuat di medianya. Bila terjadi kasus atau delik pers, pemimpin redaksi juga melimpahkan tanggung jawabnya kepada bawahannya, yakni redaktur eksekutif. Berikut struktur redaksi yang umum berlaku di banyak media di Indonesia.

Redaktur pelaksana (*redpel*) bertanggung jawab langsung kepada pemimpin redaksi. *Redpel* adalah pelaksana dari kebijakan umum yang dibuat penerbitan

pers dan pelaksana dari kebijakan khusus yang diberikan pemimpin redaksinya. Sehari-hari, redpel memimpin dan mengatur para redaktur, karena itu sering disebut *managing editor*. Posisi redpel bisa diisi oleh satu orang atau lebih, namun umumnya tidak lebih dari tiga orang. Sedangkan redaktur adalah orang yang bertanggung jawab terhadap isi halaman media. Redakturlah yang mengedit, menyunting serta menyajikan berita pada setiap halaman media. Jumlahnya banyak, umumnya berdasarkan bidang berita misalnya: redaktur politik, redaktur olahraga, redaktur ekonomi, redaktur hiburan, redaktur kriminal, dan seterusnya. Dalam tugasnya sehari-hari redaktur ada yang dibantu asisten, yang disebut asisten redaktur. Yang sederajat dengan redaktur adalah koordinator liputan, yang bertugas mengatur proses liputan berita.

Semua berita yang dibuat reporter diserahkan kepada redaktornya. Berita yang dibuat reporter itulah yang kemudian diedit atau disunting redaktur, lalu disajikan atau dimuat di halaman media. Di sini terjadi komunikasi timbal-balik yang sangat intens antara keduanya. Bahkan boleh dikatakan, di mana ada redaktur, di situ ada reporter. Keduanya selalu bertemu dalam urusan berita. Sebagai atasan, redaktur berhak melakukan pembinaan kepada para reporternya baik dalam segi teknik (menyangkut materi berita) maupun nonteknis (mental dan moral) (Zaenuddin, 2007:70).

Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi mempunyai tujuan untuk membuat organisasi ke arah yang lebih baik dan efektif. Dalam hal ini, komunikasi organisasi mengharuskan seseorang untuk melakukan tindakan yang benar sesuai arah dan tujuan atau yang biasa disebut sebagai *the ability to do the right things*.

Berdasarkan beberapa teori tersebut, Andre Hardjana menyimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah proses pertukaran pesan di antara orang-orang yang berperan dalam jaringan hubungan yang saling ketergantungan demi efektivitas pencapaian tujuan organisasi. Komunikasi organisasi adalah komunikasi yang berlangsung untuk menggerakkan kegiatan-kegiatan karyawan secara terkoordinasi dengan tujuan yang jelas, yaitu untuk mencapai tujuan organisasi (Hardjana, 2016:41).

Ciri Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi setidaknya memiliki lima ciri pokok dari konsep yang membedakan komunikasi organisasi dan masyarakat umum. Ciri-cirinya yaitu melalui proses, terstruktur, memiliki tujuan yang jelas, memiliki beberapa jenjang dan dapat diprediksi (Hardjana, 2016:48).

Ruang Lingkup Komunikasi Organisasi

Bila berdasarkan penerima pesan, komunikasi dapat dibedakan menjadi komunikasi *internal* dan *external* organisasi. Namun jika dilihat dari fungsinya dalam menyampaikan pesan, komunikasi organisasi dapat terbagi menjadi komunikasi formal dan informal (Hardjana:2016;55).

Komunikasi Internal dan External

Komunikasi internal berlangsung menurut mata rantai berjenjang dalam bentuk jaringan otoritas dan kewenangan. Sementara komunikasi eksternal umumnya berlangsung melalui pejabat yang bertindak atas nama organisasi dengan orang luar, yang mempunyai kepentingan bagi organisasi. Komunikasi eksternal memiliki banyak perhatian besar karena rumitnya persaingan dan perubahan lingkungan, seperti teknologi, perburuhan, dan pelestarian lingkungan hidup, sehingga dibutuhkan pembelajaran dan perencanaan strategis jangka panjang. Demi pemantapan kedudukan di mata masyarakat, komunikasi pembentukan citra kini mendapat perhatian istimewa sebagai proses meneguhkan identitas organisasi. Baik pemantapan *positioning* dalam persaingan maupun pembentukan citra perusahaan (Hardjana, 2016: 55).

Komunikasi Formal dan Informal.

Dengan melakukan komunikasi formal, diharapkan sistem, kebijakan komunikasi dan perilaku lain yang tercantum dalam dokumen tertulis berlaku untuk semua anggota dan jangka waktu panjang. Komunikasi dan perilaku menjadi terstandar dan rutin berkat adanya aturan tertulis untuk penyebaran informasi dalam kelompok atau organisasi secara keseluruhan. Sementara itu, komunikasi informal didasari dari hubungan sosial antar anggota organisasi dalam bentuk pertemuan individual. Komunikasi informal dapat melibatkan semua anggota organisasi dari mereka yang menduduki jabatan paling tinggi sampai pelaksana paling bawah karena tidak melibatkan pesan penugasan (Hardjana, 2016:56).

Kontrol Kinerja Media

Pers sebagai kekuatan tempat dalam demokrasi juga perlu dikontrol agar tidak sewenang-wenang. Kontrol di sini bukan dalam pengertian kontrol politik dengan pendekatan kekuasaan untuk membatasi hak-hak pers untuk melakukan fungsi pengawasan atas penyelenggaraan kekuasaan. Tetapi kontrol dalam pengertian pengawasan untuk memastikan agar praktik kebebasan pers tidak melewati batas sehingga menimbulkan kerugian bagi individu, kelompok atau masyarakat. Kebebasan pers harus ditempatkan pada posisinya. Dalam kerangka inilah UU Pers dan Kode Etik Jurnalistik dirumuskan. Untuk menjamin kemerdekaan pers di satu sisi dan untuk memagari kemerdekaan pers agar tidak menimbulkan kerugian bagi publik di sisi lain. Langkah pertama adalah mengidentifikasi ruang-lingkup jurnalistik dan perilaku jurnalistik. Langkah kedua adalah mengidentifikasi ada-tidaknya dugaan pelanggaran Kode Etik Jurnalistik pada level produk dan perilaku Jurnalistik (Sudibyo, 2013:48).

Koordinasi dalam Konfirmasi Berita

Koordinasi seperti melakukan konfirmasi subjek berita adalah sesuatu yang harus dilakukan sebelum suatu berita dipublikasikan, terutama sekali untuk berita yang berpotensi merugikan kepentingan mereka. Keberimbangan, kewajiban

konfirmasi harus diwujudkan pada setiap berita yang berpotensi merugikan kepentingan pihak tertentu. Hal ini berlaku untuk semua jenis media: cetak, televisi, radio atau siber, sejauh mereka mengklaim diri sebagai pers yang profesional dan tunduk kepada Kode Etik Jurnalistik (Sudibyo, 2013:8).

Alur Penerbitan Media Massa

Pertama, naskah berupa berita / *feature* / laporan dari wartawan diterima redaktur. Setiap redaktur melakukan penilaian naskah yang layak untuk diterbitkan, lalu rapat redaksi dilakukan untuk menentukan berita utama (*headline*) foto pengisi sampul, berita / *feature* atau tulisan penting lainnya di halaman muka. Selanjutnya redaktur menyerahkan naskah layak ke editor bahasa untuk diperiksa. Penata letak dan desainer menyiapkan desain tata letak dan sampul terbitan bersama ilustrator dan fotografer. Hasilnya dicetak cetak biru (*blue print*). Cetak biru diperiksa kembali oleh korektor. Setelah bersih kemudian dibuat *dummy*. Dokumen *softcopy* media dan *dummy* dikirimkan ke percetakan dan media dicetak sesuai dengan spesifikasi dan jumlah oplah (Sudibyo, 2013:13).

Definisi Konseptual

Komunikasi organisasi di redaksi PT Duta Manuntung kantor cabang Samarinda berorientasi hasil berupa berita berkualitas sesuai target. Pola komunikasi redaktur harus baik karena akan membentuk sikap reporternya. Peneliti akan meneliti pola komunikasi yang dilakukan redaktur kepada reporternya saat mereka saling menjalankan tugasnya.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah kualitatif deskriptif. Diharapkan, melalui penelitian ini dapat menjawab pola komunikasi reporter dan redaktur yang efektif sehingga membentuk sikap reporter yang baik di PT Duta Manuntung kantor cabang Samarinda.

Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah pola komunikasi yang dibentuk redaktur halaman Pro Bisnis *Weekend* kepada reporternya pada saat:

1. Tahap sosialisasi awal.
2. Tahap pertemuan.
3. Tahap pembentukan.
4. Tahap keluar.

Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya atau narasumber sebagai informan yang langsung berhubungan

dengan fokus penelitian. Informan ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Kriteria untuk menjadi informan di penelitian ini harus berhubungan langsung dalam kelangsungan komunikasi organisasi di redaksi PT Duta Manuntung kantor cabang Samarinda. Adapun kriteria pemilihan informan kunci adalah sebagai berikut:

- a. Merupakan redaktur atau penanggung jawab yang berkaitan langsung di redaksi Pro Bisnis *Weekend*.
- b. Merupakan pengambil keputusan dalam setiap rapat redaksi Pro Bisnis *Weekend*.
- c. Telah bekerja di PT. Duta Manuntung setidaknya dua tahun.
- d. Tergabung dalam grup koordinasi WhatsApp kantor PT Duta Manuntung dan grup koordinasi Pro Bisnis *Weekend*.

Setelah dilakukan pencarian dengan kriteria tersebut, peneliti memilih Raden Roro Mira Budi Asih selaku redaktur rubrik Pro Bisnis *Weekend* di PT Duta Manuntung.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi seperti:

- a. Riwayat percakapan di grup koordinasi WhatsApp.
- b. Buku yang berkaitan dengan penelitian ini.
- c. Jurnal yang terkait dengan penelitian ini.
- d. Olahan hasil wawancara.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara
2. Observasi
3. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini juga mengacu pada model analisis interaktif yang di kembangkan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. Penjelasan model analisis tersebut adalah pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2014:9).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di Kantor PT Duta Manuntung Kota Samarinda, Jalan Untung Suropati Kompleks Mahakam Square, Kecamatan Sungai Kunjang, Samarinda. Waktu penelitian telah dilakukan dari 1 April 2019 sampai 31 Agustus 2019.

HASIL PENELITIAN

Pola komunikasi di Redaksi Probis Weekend

Pola komunikasi di redaksi Pro Bisnis *Weekend* berada di bentuk komunikasi roda. Pola roda adalah penyebaran pesan serentak dan terkontrol

secara penuh. Cocok untuk urusan penting, karena pimpinan dapat menarik umpan balik sebagai alat kontrol. Pola komunikasi ini dilakukan karena situasi di lapangan berada di mata reporter. Para reporterlah yang mengetahui secara persis perkembangan yang terjadi baik bersifat teknis maupun nont-teknis. Semisal wajib membuat izin peliputan di tempat-tempat tertentu, menunggu narasumber untuk dapat ditemui selama berjam-jam hingga informasi yang disampaikan di lapangan. Redaktur tidak dapat mengetahui secara lengkap kondisi di lapangan sehingga kepercayaan antara redaktur ke reporternya harus terjaga.

Sementara itu reporter juga tidak bisa bergerak sendirian. Meski dirinya yang mengetahui kejadian di lapangan, setiap keputusan teknis wajib dilaporkan kepada redaktornya. Sehingga seluruh reporter akan berpusat ke redaktur setiap rubriknya. Memberi tahu redaktur wajib dilakukan sebelum mengambil keputusan atau liputan mereka menjadi sia-sia jika akhirnya redaktur tidak menyetujui informasi yang ingin disampaikan.

Tahap sosialisasi awal.

Dalam tahap sosialisasi awal, seluruh keputusan mengenai sistem perekrutan, proses seleksi hingga keputusan menerima reporter sepenuhnya diserahkan ke tangan redaktur dan pemimpin redaksi. Jajaran direksi seperti bagian personalia tidak mengambil peran dan campur tangan sedikitpun dalam seluruh rangkaian proses. Hal ini cukup menarik sebab umumnya perusahaan memiliki mekanisme tertentu dalam perekrutan karyawan baru. Calon reporter bahkan tidak mengikuti tes IQ hingga serangkaian psikotes yang biasa dilakukan bagian personalia (biasa disebut human resource).

Dalam proses seleksi tersebut, Roro sebagai redaktur meminta calon reporternya menulis satu berita profil karena redaktur dapat melihat sudut pandang calon reporter dalam memilih *angle* berita, melihat kualitas tulisan serta melihat seberapa cepat reporter melakukan tugasnya. Membuat berita profil juga dinilainya lebih mudah karena siapa saja dapat diprofilkan tergantung kreativitas masing-masing. Pola komunikasi dalam tahap ini juga mulai menunjukkan pola roda di mana pertukaran informasi berlangsung secara dua arah walaupun redaktur bertindak secara dominan. Seluruh informasi berpusat di redaktur dan calon reporter memberikan contoh naskah berita yang telah dibuatnya untuk selanjutnya lebih banyak menjadi pendengar dan dengan sesekali menanggapi.

Tahap Pertemuan

Dalam tahap pertemuan, Roro selaku redaktur menjelaskan semua yang dianggapnya perlu diketahui. Di tahap ini Roro mulai mengenalkan teknis mencari berita, menulis berita dan proses mengirimkan berita. Awalnya, rapat dilakukan dengan satu arah dan diakhiri dengan pertanyaan-pertanyaan dari jurnalis yang baru bergabung.

Redaktur mulai membiasakan reporter untuk aktif memberikan *feedback* dengan cara bertanya. Sebab di lapangan nanti reporter pasti mengalami kendala yang mungkin redaktornya pernah alami semasa menjadi reporter. Dengan

membiasakan reporter untuk bertanya di tahap pertemuan, diharapkan nantinya reporter juga akan sering bertanya ketika menghadapi masalah. Komunikasi dua arah dinilai sangat penting dalam berkoordinasi karena meski redaktur tidak turun langsung di lapangan, dialah yang akan bertanggung jawab untuk menyunting berita reporternya.

Tahap Pembentukan

Pola komunikasi yang terjadi telah berada di pola komunikasi roda. Pola ini memang paling pas untuk menunjang kinerja reporter dan redaktur. Dengan menempatkan redaktur di tengah pola, maka redaktur dapat menerima informasi langsung dari reporter yang dibawahinya sekaligus memberi arahan langsung jika diperlukan. Pola komunikasi roda juga efektif diterapkan mengingat dalam dunia jurnalistik dibutuhkan kecepatan dan ketepatan, sehingga menghasilkan berita yang sesuai dengan standar yang dimiliki setiap media.

Tahap keluar

Peneliti tidak dapat menganalisa tahap keluar karena reporter halaman Pro Bisnis *Weekend* belum ada yang keluar dari redaksi.

PENUTUP

Kesimpulan

Pola roda dianggap sebagai pola komunikasi yang terbaik untuk organisasi yang bergerak di industri media khususnya media cetak karena dapat menghasilkan produk kelompok yang tercepat namun tetap terorganisir. Sebagaimana pola roda yang bersifat dua arah dan berpusat di posisi tengah pola roda, reporter juga menjadi bagian yang sangat penting dalam berjalannya kinerja redaksi. Merekalah yang turun meliput dan mendengar langsung ucapan dari narasumber. Ide berita, wawancara hingga berita siap terbit seluruhnya dilaksanakan oleh reporter, namun peran redaktur tetap menjadi yang paling penting karena keputusan berita mana yang akan diterbitkan tetap berada di tangan redaktur. Di dalam prosesnya, redaktur dan reporter harus berkomunikasi dengan baik agar naskah yang akan diterbitkan benar-benar siap untuk dibaca oleh pembaca.

Pola komunikasi antara redaktur dan reporter sejalan dengan pola komunikasi roda. Redaktur menjadi pusat seluruh reporternya karena redaktur bertindak sebagai pengambilan keputusan. Di redaksi, redaktur tidak hanya bertugas untuk mengedit berita hingga siap terbit saja, melainkan juga sebagai mentor seperti mendidik reporter dari segi kualitas tulisan maupun sikap reporter serta sebagai pengambil keputusan apakah ide berita yang diberikan reporter layak terbit.

Meski tidak secara langsung berada di lapangan, redaktur akan membantu memberi masukan tentang apa yang reporter alami di lapangan, meski hanya menggunakan aplikasi pesan singkat. Redaktur harus bersikap terbuka dengan ide-ide yang reporter sampaikan sebelum mengambil keputusan.

Saran

Redaktur harus benar-benar paham mengenai kondisi di lapangan dengan cara mendengarkan keluh kesah reporternya. Sementara reporter juga harus besikap terbuka dengan masalah yang dihadapi di lapangan karena seluruh redaktur awalnya juga merupakan reporter, sehingga redaktur akan membantu dengan pengalamannya.

Selain bertindak sebagai atasan, seorang redaktur baiknya mengayomi reporternya. Jam kerja yang tidak menentu dan ketidak pastian yang dihadapi mereka terkadang akan membuat tekanan bertambah. Peneliti mengapresiasi redaktur yang hampir setiap minggu menemani reporternya melakukan peliputan. Dengan begitu, hubungan emosional antara reporter dan redaktur menguat dan mempersempit jarak antara keduanya.

Menghilangnya agenda rapat mingguan juga akan berdampak kepada pengembangan reporter. Dengan mengadakan rapat mingguan, reporter dan redaktur akan memiliki kedekatan secara emosional dan memudahkan dalam memberi evaluasi. Kedekatan emosional tersebut akan menghadirkan rasa percaya dan memiliki empati satu sama lain.

Redaktur tidak dapat memberi kritik yang luas dan tidak dapat mencontohkannya secara langsung dan mendapatkan feedback yang jelas. Menurut peneliti, inilah alasan mengapa redaktur menganggap tulisan reporternya tidak berkembang, sementara reporter tidak merasa dirinya berkembang.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Efendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fajar, Marhaeni, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek Edisi Pertama*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009.
- Hardjana, Andre. 2016. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Kompas.
- Mahmudi. 2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Masduki. 2004. *Kebebasan Pers & Kode Etik Jurnalistik*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.
- Mulyadi, Deddy. 2015. *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan*. Bandung: Alfabeta.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda.
- Rivai, Veithzal. 2009. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi, Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Santoso, Edi. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syamsul, Asap. 2009. *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*. Bandung: Rosda.
- Suhandang, Kustadi. 2016. *Pengantar Jurnalistik Edisi Revisi*. Bandung: Nuansa Cendikia.

- Sudibyoy, Agus. 2013. *50 Tanya-Jawab Tentang Pers.* Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Wayne, Robert Pace. 1998. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan.* Bandung: Rosda.
- Trim, Bambang. 2013. *Gerbang Kreativitas: Jagat Penulisan dan Penerbitan.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Zaenuddin. 2007. *The Journalist.* Jakarta: Prestasi Pustakaraya.

Sumber jurnal:

- Djamereng, Asni. 2018. Pola Komunikasi Organisasi (Studi Kasus di PT Harian Amanah Al Haram). *Jurnal Al-Khitabah* vol V No. 2, November 2018. Makassar.
- Kiswanto, Muhammad. 2010. Pengaruh Kepemimpinan dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Kaltim Pos Samarinda. *Eksis* vol.06 No.01 April 2010. Samarinda
- Marta, Junjung Dwi. 2016. Pengaruh Budaya Organisasi dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. X. Bisma (Bisnis dan Manajemen) vol 8 No. 2 Februari 2016. Surabaya.
- Purwaningmulan, Melly Maulin. 2011. The Organizational Assimilation Theory (Teori Asimilasi Organisasi), Suatu Aplikasi Teori Komunikasi Organisasi Pada Proses Adaptasi Karyawan Baru di Perusahaan. *Majalah Ilmiah Unikom*, vol 6: 93-96. Bandung.
- Surhayat, Yayat. 2009. Hubungan Antara Sikap, Minat dan Perilaku Manusia. *REGION* Volume I. No. 3. Surakarta.
- Susilawati, Fitri. 2010. Komunikasi Organisasi dalam Kepemimpinan Pada PT Tempo Inti Media. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Syasyikirana, Wisyesa. 2013. Strategi Komunikasi Organisasi antara Atasan dan Bawahan Pasca Restrukturisasi Manajemen (Studi Kasus pada DetEksi Jawa Pos). Malang.

Sumber Lain:

- Helmi, Alfin. 1996. "Disiplin Kerja". *Buletin Psikologi*, Tahun IV, Nomor 2, (<https://journal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/13484>), diakses 12 Juli 2019.