BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu Yang Sejenis

Penelitian ini akan menjelaskan penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan masalah kebijakan pemimpin redaksi. Dalam hal ini, penulis mendapatkan beberapa penelitian yang kiranya relevan dengan masalah penelitian, yakni :

> Lian Fernando, 2012, mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, dengan judul skripsi "Kebijakan Pemimpin Redaksi dalam seleksi pemberitaan pada tayangan reportase Trans TV".

Dalam penelitian yang dilakukan Lian Fernando dengan judul Kebijakan Pemimpin Redaksi dalam seleksi pemberitaan pada tayangan reportase Trans TV bertujuan untuk mengetahui bagaimana kebijakan pemimpin redaksi dalam menyeleksi suatu berita, mengetahui bagaimana peran pemimpin redaksi dalam rapat redaksi, mengetahui bagaimana kebijakan pemimpin redaksi dalam menentukan peringkat dan urutan berita sampai ke proses penyiaran. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Gatekeeper dan Arus Berita Internal Dua Tahap Bass.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa peran dari seorang Pemimpin Redaksi pada Program Reportase Trans TV tidak terlalu diperlukan dalam menentukan suatu berita, jadi pemimpin redaksi hanya memantau dan mengawasi jalannya proses keredaksian. Selebihnya yang paling berwenang dalam memutuskan berita hanyalah produser dan eksekutif produser.

Penelitian terdahulu yang sesuai dengan judul kebijakan adalah skripsi dari

> Azwar Yusuf, 2011, mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dengan judul skripsi "Kebijakan Redaksi Liputan 6 SCTV dalam menentukan berita utama".

Dalam penelitian yang dilakukan Azwar Yusuf dengan judul Kebijakan Redaksi Liputan 6 SCTV dalam menentukan berita utama bertujuan untuk mengetahui untuk mendapat pemahaman mengenai bagaimana redaksi Liputan 6 SCTV dalam mengeluarkan suatu kebijakan dalam menentukan berita utama. Penelitian ini menggunakan Teori *Gatekeeper* dan didukung oleh Model Arus Berita – Internal Dua Tahap Bass. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dalam menentukan berita utama harus melalui tahapan-tahapan khusus dan mempertimbangkan faktor-faktor dan kriteria tertentu sehingga berita yang ditayangkan layak menjadi sebuah berita utama.

> Erizca Merdiana, 2012, Universitas Komputer Indonesia dengan judul "Makna dalam media tradisional angklung buncis sebagai kearifan lokal Kota Cimahi".

Dalam penelitian yang dilakukan Erizca Merdiana dengan judul Makna dalam media tradisional angklung buncis sebagai kearifan lokal Kota Cimahi bertujuan untuk mengetahui bagaimana situasi simbolik, produk interaksi sosial dan interpretasi dalam media tradisional angklung sebagai kearifan lokal Kota Cimahi. Metode yang digunakan adalah studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa situasi simbolik dalam kesenian angklung di Kota Cimahi terdiri dari objek fisik benda dan sosial, produk interaksi sosial mencakup makna yang terkandung dalam simbol-simbol kesenian

angklung dan interpretasi dalam kesenian angklung mencakup tindakan tertutup dan tindakan terbuka. Agar sistematis maka penelitian terdahulu yang sejenis yang peneliti kutip diatas akan disajikan pada tabel 2.1 berikut :

Tabel 2.1
Rekapitulasi Literatur Terdahulu Yang Sejenis

Nama/Th / Uraian	Azwar Yusuf (2011)	Lian Fernando (2012)	Erizca Merdiana (2012)	Andy Khairil H (2013)
Judul	"Kebijakan Redaksi Liputan 6 SCTV dalam Menentukan Berita Utama"	"Kebijakan Pemimpin Redaksi dalam Seleksi Pemberitaan Pada Tayangan Reportase Trans TV".	"Makna dalam Media Tradisional Angklung Buncis Sebagai Kearifan Lokal Kota Cimahi".	"Kebijakan Redaksi Surat Kabar Mingguan Galura dalam Rubrik Warna-Warni".
Tujuan	Untuk mengetahui proses penentuan berita utama di Liputan 6 SCTV	Untuk menyeleksi sebuah berita sampai proses penyiaran sesuai dengan visi dan misi yang dimilikinya.	Untuk menggali, mengkaji, membina dan mengembangkan kearifan lokal.	Untuk Mengetahui Kebijakan apa saja yang di keluarkan oleh Redaksi
Metode	Metode yang digunakan adalah deskriptif Penelitian ini menggunakan Teori *Gatekeeper* dan didukung oleh Model Arus Berita – Internal Dua Tahap Bass.	Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif.	Metode yang digunakan adalah deskriptif.	Metode yang digunakan Deskriptif

Hasil	Dalam menentukan berita utama harus melalui tahapan-tahapan khusus dan mempertimbangkan factor-faktor dan criteria tertentu sehingga berita ditayangkan layak menjadi sebuah berita utama.	Peran dari seorang Pemred pada program reportase tidak diperlukan dalam memutuskan suatu berita, jadi pemred hanya memantau, mengawasi jalannya proses keredaksian.	Kearifan lokal dalam suatu budaya perlu dilestarikan agar tidak musnah dikarenakan perkembangan jaman.	-
Kesimpulan	kesimpulan yang dapat diambil adalah, kebijakan redaksi sangatlah berpengaruh untuk menampilkan berita utama di liputan 6 sctv	kesimpulan yang peneliti ambil dari penelitian ini bahwa kebijakan pimpinan redaksi harus bisa menyeleksi pemberitaan sebelum dipublikasikan kepada khalayak	kebudayaan mengenai kearifan lokal banyak memilik nilai-nilai yang sangat berharga di antara kebudayaan pada jaman sekarang.	-

Sumber : Peneliti 2013

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* menurut asal katanya berasal dari bahasa latin *Communicate,* dalam

perkataan ini bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama, sama disini maksudnya adalah :

> "jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu." (Effendy, 2002:9).

Pengertian komunikasi secara etimologis di atas adalah bahwa komunikasi minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya *informative*, yakni agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan.

Menurut Carl. I. Hovland memperluas pengertian komunikasi dengan tujuan perubahan perilaku, ini berarti bahwa komunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu bersifat komunikatif, yakni pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya di mengerti oleh komunikator tetapi juga di mengerti oleh komunikan untuk mencapai suatu komunikasi yang bersifat komunikatif., maka seorang komunikator harus mengetahui dahulu kerangka berfikir (*Frame Of Reference*) dan pengalaman (*Field Of Experience*) calon komunikan.

Mengenai tujuan komunikasi Effendi mengatakan Bahwa:

> "Tujuan sentral dari komunikasi meliputi tiga hal utama, yakni: *To Secure Understanding* (memastikan pemahaman), *To Establish*

> *Acceptance* (membina penerimaan), *To Motivate Action* (motivasi kegiatan)". (Effendy, 1986; 63)

Jadi pertama-tama haruslah diperhatikan bahwa komunikan itu memahami pesan-pesan komunikasi, apabila komunikan memahami berarti adanya kesamaan makna antara komunikator dengan komunikan, karena tidak mungkin memahami sesuatu tanpa terlebih dahulu adanya kesamaan makna (*Communis*). Jika komunikan memahami dapat diartikan menerima, maka penerimaannya itu perlu dibina selanjutnya komunikan dimotivasi untuk melakukan suatu kegiatan. Uraian tersebut jelas, bahwa pada hakekatnya komunikasi itu adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain, baik secara langsung melalui lisan maupun tidak langsung melalui media proses komunikasi.

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain.

Dalam prosesnya Susanto memperkenalkan 5 (lima) komponen yang melandasi komunikasi, yaitu sebagai berikut :

- Sumber (*Source*)
- Komunikator (*Encoder*)
- Pertanyaan/Pesan (*Message*)
- Komunikan (*Decoder*)
- Tujuan (*Destination*)
  (Susanto, 1988;31)

Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas, merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut tersebut oleh

para ahli komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus.

Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 bagian, yaitu :

1. Komunikasi Verbal
   Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu system kode verbal.
2 Komunikasi non verbal
   Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsang verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima. (Mulyana, 2000 : 237)

2.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Komunikasi*, bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan;
- Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang;
- Komunikan : Orang yang menerima pesan;
- Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya;
- Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan.

(Effendy, 2002 : 6)

2.2.1.3 Sifat Komunikasi

Sifat komunikasi menurut Onong Uchana Effendy ada beberapa macam,yaitu:

1. Tatap muka (*face-to-face*)
2. Bermedia (*Mediated*)
3. Verbal (*Verbal*)
   - Lisan (*Ora*l)
   - Tulisan
4. Non verbal (*Non-verbal*)
   - Gerakan/ isyarat badaniah (*gestural*)
   - Bergambar (*Pictorial*) (Effendy, 2002:7)

Dalam penyampaian pesan, seorang komunikator (pengirim) dituntut untuk memiliki kemampuan dan sarana agar mendapat umpan balik (*Feedback*) dari komunikan (penerima), sehingga maksud dari pesan tersebut dapat di penuhi dengan baik dan berjalan efektif. Komunikasi dengan tatap muka (*face-to-face*) dilakukan antara komunikator dengan komunikan secara langsung, tanpa menggunakan media apapun kecuali bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, dengan menggunakan media sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal di bagi ke dalam dua macam yaitu lisan (*Oral*) dan tulisan (*Written/printed*). Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gesturual*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan sebagainya, dan menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya.

2.2.1.4 Tujuan Komunikasi

Dalam menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang kita sampaikan dapat dimengerti sehingga komunikasi yang kita laksanakan dapat tercapai. Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain :

a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasive bukan memaksakan kehendak.
b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita memberi jalur ke timur.
c. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan.
(Effendy, 1993 : 18)

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Setiap hari kita bermaksud mengadakan komunikasi maka kita perlu meneliti apa tujuan kita tersebut :

1. Apakah kita ingin orang mengerjakan sesuatu atau supaya mereka mau bertindak.
2. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain.
3. apakah kita ingin orang lain menerima dan mendukung gagasan kita.

2.2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Menurut pendapat Tan dan Wright, dalam Liliweri, seperti dikutip oleh Elvinaro dan Lukiati, komunikasi massa merupakan:

> "Bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu" (Elvinaro. 2007:3).

Definisi komunikasi massa yang lain menurut Joseph A. Devito dalam bukunya, *Communicology: An Introduction to the Study of Communication,* menjelaskan definisinya mengenai komunikasi massa yakni sebagai berikut:

> **"Pertama**, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan.
> **Kedua**, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita. (Joseph A. Devito. 2003:10)".

Dari berbagai definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu adalah bentuk komunikasi yang harus menggunakan media massa secara serentak, dengan khalayak yang anonim dan heterogen. Jadi, walaupun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak banyak, seperti rapat akbar yang dihadiri ribuan orang yang anonim dan heterogen, jika tidak menggunakan media massa , maka itu bukan komunikasi massa akan

tetapi adalah retorika atau *public speaking*. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah televisi dan radio yang dikenal sebagai media elektronik, dari segi media cetak, yaitu seperti surat kabar, tabloid, dan majalah, serta media film yang termasuk media komunikasi massa adalah film bioskop, vcd, dvd, dan sebagainya. Komunikasi massa tentunya juga memiliki beberapa fungsi. Berikut ini adalah beberapa fungsi dari komunikasi massa:

1. *Surveillance* (Pengawasan)
   Media massa menginformasikan tentang ancaman dan penyampaian atau penyebaran informasi.
2. *Interpretation* (Penafsiran) Media memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting.
3. *Linkage* (Pertalian) Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya.
4. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai) Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka.
5. *Entertainment* (Hiburan) Fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak.(Elvinaro. 2007:16)

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku "Dinamika Komunikasi", komunikasi massa terbagi ke dalam tiga fungsi, yaitu:

1. Fungsi Menyiarkan Informasi (*To Inform*); menyiarkan informasi merupakan fungsi utama dari semua media massa.
2. Fungsi Mendidik (*To Educate*); informasi-informasi yang disiarkan mengandung unsur-unsur pengetahuan yang berguna mendidik khalayak.
3. Fungsi Menghibur (*To Entertain*); selain fungsi informasi dan mendidik, fungsi hiburan merupakan hal utama yang dibutuhkan khalayak. (Effendy, 2008:10)

2.2.3 Media Massa

Manusia memanfaatkan segala sesuatu yang ada dan dapat digunakan untuk mencapai setiap tujuannya. Segala sesuatu tersebut disebut sebagai alat atau media yang dapat menjembatani antara keinginan dengan keberhasilan. Media dapat berperan sebagai penghubung antara pihak pertama dengan pihak kedua yang saling membutuhkan.

Sama halnya dalam komunikasi. Ada kalanya melakukan komunikasi membutuhkan media sebagai sarana penghubung yang dapat mensukseskan jalannya komunikasi. Kapan dan apa media yang digunakan tergantung dari komunikasi yang dilakukan. Hafied Cangara mengatakan bahwa:

> "Media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak". Khalayak merupakan komunikan dari komunikasi massa, yang berjumlah lebih dari satu individu. (Cangara, 2003:20).

Dalam komunikasi massa menurut Elvinaro media yang digunakan untuk berkomunikasi disebut media massa.

> "Media massa adalah alat yang digunakan dalam menyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi". (Elvinaro, 2007:16).

Pengertian lain menurut Elvinaro mengenaoi media massa sebagai berikut:

> "Media massa merupakan media komunikasi masyarakat yang mampu menimbulkan keserempakan dalam arti khalayak dalam jumlah yang relatif sangat banyak secara bersama-sama, pada saat yang sama pula memperhatikan pesan yang dikomunikasikan melalui media tersebut, misalnya majalah, surat kabar, radio, televisi, film, dan testerikal yang ditayangkan bioskop." (Elvinaro, 2007:99-107).

Selain itu media massa menimbulkna keserempakan kepada masyarakat secara bersam-sama. Hal lain yang di ungkapkan Elvinaro mengenai media massa adalah :

> "Sebagai perantara, media berfungsi memperlancar proses komunikasi massa sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Media massa berfungsi sebagai suatu alat untuk menyampaikan berita, penilaian, atau gambaran umum tentang banyak hal, ia (media) mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai institusi yang dapat membentuk opini publik, antara lain, karena media juga dapat berkembang menjadi kelompok penekan atas suatu ide atau gagasan, dan bahkan suatu kepentingan atau citra yang ia representasikan untuk diletakkan dalam konteks kehidupan yang lebih empiris. "(Elvinaro, 2007:154).

Jadi media dalam komunikasi massa mempunyai peranan yang sangat penting dalam memberi tahu dan mempengaruhi khalayak. Dalam arti bahwa media mempengaruhi efektivitas komunikasi massa. Pemilihan media yang tepat akan membantu komunikator menyampaikan pesannya dengan jelas dan mudah dimengerti serta dimaknai, sehingga akan tercipta satu persepsi yang sama.

2.2.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.2.4.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut Deddy Mulyana dalam buku yang berjudul "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar", yaitu :

> "Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antar pribadi dan ada kalanya juga komunikasi public. komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi kebawah, komunikasi ke atas dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada

> struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk gossip". (Mulyana, 2005 : 75)

Pengertian komunikasi organisasi menurut Wiryanto dalam buku yang berjudul "Pengantar Ilmu Komunikasi" adalah sebagai berikut :

> "Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi didalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi". (Wiryanto, 2004 : 54)

Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang di pergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya.

Menurut Pace dan Faules dalam Deddy Mulyana menyatakan bahwa:

> "Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan." (Mulyana,2005:31)

Definisi di atas memperlihatkan bahwa adanya pertunjukan dan pertukaran pesan antara unit-unit komunikasi. Pertunjukan dan pertukaran pesan merupakan penyampaian dan penerimaan informasi yang menurut Pace dan Faules, dalam penyampaian dan penerimaan informasi ke seluruh unit-unit organisasi merupakan salah satu tantangan besar dalam organisasi. Proses penyampaian dan penerimaan informasi berhubungan dengan aliran informasi.

Berbeda dengan Devito yang mengemukakan komunikasi organisasi merupakan:

> "Pengiriman dan penerimaan pesan baik dalam organisasi di dalam kelompok formal maupun kelompok informal organisasi." Sependapat dengan Devito, Wiryanto pun mengemukakan Komunikasi organisasi sebagai "Pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual."[1]

2.2.4.2 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi

Dalam suatu organisasi baik yang berorientasi komersial maupun sosial, tindak komunikasi dalam organisasi atau lembaga tersebut akan melibatkan empat fungsi, yaitu :

> fungsi informatif, regular, persuasif dan integratif.
> 1. Fungsi Informatif
> 2. Fungsi Regular
> 3. Fungsi Persuasif
> 4. Fungsi Integratif. (Sendjaja, Rahardjo dan Pradekso, 2004: 136)

Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi *(information-processing system).* Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat kemungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

[1] http://www.romeltea.com/2010/04/21/komunikasi-organisasi-definisi

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini. Pertama, atasan atau orang-orang yang berada di tataran manajemen yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Kedua, berkaitan dengan pesan atau message. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya. Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan yang lebih baik.

Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam sebuah organisasi tersebut *(newsletter*, bulletin) dan laporan kemajuan organisasi juga saluran komunikasi informal seperti perbincangan antar pribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga ataupun kegiatan darmawisata.

2.2.4.3 Struktur Organisasi

Organisasi merupakan sekumpulan manusia yang bekerjasama mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan cara yang lebih efisien ketimbang jika mesing-masing anggotanya bekerja sendiri-sendiri. Kecuali itu secara formal organisasi dapat pula diartikan sebagai kerangka struktur dari unit-unit kerjasama manusia untuk mencapai tujuan dengan cara yang paling efisien.

Untuk menunjukkan suatu organisasi yang jelas bentuk dan misinya, umumnya digambarkan melalui suatu bagan yang disebut struktur organisasi. Untuk menyusun suatu organisasi perlu ada pedoman atau prinsip-prinsip sebagai berikut :

1. Setiap organisasi dan unit-unit (bagian-bagian) pokoknya harus mempunyai tujuan yang jelas dan tegas.
2. Tujuan yang dimaksud harus bisa melahirkan fungsi-fungsi, tugas-tugas dan kegiatan-kegiatan yang tepat dan jelas pula.
3. Penentuan, penunjukan, dan pengangkatan orang-orang yang akan mengemban fungsi-fungsi itu harus dirumuskan wewenang dan bertanggung jawabnya secara rinci dan jelas.
4. Setiap anggota organisasi harus tahu kepada siapa ia musti bertanggung jawab dan melapor, serta sebaiknya ia harus tahu siapa-siapa yang bertanggung jawab dan melapaor kepadanya.
5. Jumlah mereka yang harus bertanggung jawab dan melapor kepada seseorang *(span of control)* hendaknya dibatasi menurut : kemampuan, sifat dari pekerja, tempat dan jumlah, waku tersedia.
6. Karena kemampuan manusia dalam melakukan pekerjaannya terbatas, maka perlu diadakan pembagian kerja *(division of work)*, dan sebagai konsekuensinya harus diadakan pelimpahan wewenang sampai tinkat paling bawah.
7. Sebaiknya terhadap fungsi-fungsi yang ada hubungan satu sama lainnya (misalnya keuangan, pembuka, verifikasi dan kasir) harus diadakan penggabungan pekerjaan guna mengurangi kesobukan koordinasi, SDM, dan dana.
8. Untuk organisasi bersifat regional, maka fungsi sejauh mungkinharus dilakukan secara desentralisasi.

9. Pucuk pimpinan tertinggi hendaklah dibebaskan dari soal-soal rutin atau soal-soal kecil (absensi, kendaraan dan lain-lain)
10. Untuk menjamin adanya semangat dan gairah kerja dari setiap anggota organisasi, hendaklah senantiasa dibina adanya human relations. (Suhandang, 2010 : 47-48).

2.2.5 Tinjauan Tentang Koran sebagai Bentuk Media Komunikasi Massa

Media cetak sebagai salah satu media komunikasi massa didunia memiliki karakteristik yang membedakannya dengan media massa lainnya, yaitu:

> ***Publisitas*** ialah penyebaran kepada public atau khalayak karenanya bersifat umum. Ditinjau dari segi lembaran, majalah memilki lembaran yang banyak karena isinya dengan sendirinya akan memenuhi kalangan banyak yang lebih banyak.
> ***Periodisitas*** mengandung pengertian bahwa media cetak seprti majalah terbit berkala,
> ***Universalitas*** ialah kesemestaan isinya. Aneka ragam dariseluruh dunia.
> ***Aktualitas*** disini lebih mengarah kepada berita yang disiarkan. Aktualitas menurut kata asalnya adalah berarti "terkini" dan "keadaan sebenarnya". Berita adalah laporan mengenai peristiwa yang baru terjadi dan dilaporkan dengan hal yang benar. (Effendi, 1993:91-92)

2.2.6 Tinjauan Mengenai Kebijakan Redaksi

Keberadaan sebuah kebijakan redaksi sangat menentukan arah visi dan misi yang dimiliki oleh surat kabar atau majalah tersebut, karena kebijakan dari redaksi adalah merupakan kendaraan operasional dari visi dan misi dasar tersebut. Maka dengan inilah diharapkan nantinya pihak redaksi dari media cetak seperti koran tersebut mampu menterjemahkan dan kemudian menyampaikannya kepada khalayak pembaca sebagai fungsi umum dan makna pers itu.

Kemudian dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa kebijakan atau *policy* redaksi adalah sisi ideal sebuah media atau penerbitan pers yang merupakan operasional dari visi, misi dasar dan idealisme sebuah surat kabar. Ini berarti juga

bahwa kebijakan tersebut adalah seperangkat aturan kode etik yang telah ditetapkan oleh redaksi sebagai alat filterisasi dan upaya selektifitas terhadap penyajian informasi juga penentuan struktur karakteristik majalah tersebut.

Menurut Abdullah (1995), menggambarkan kebijakan redaksi sebagai berikut:

> "Sikap politik media dalam memandang suatu permasalahan juga aturan keredaksian dan kewartawanan yang diterapkannya". (Abdullah, 1995:33).

Seperti yang telah disebutkan diatas, arah kebijakan yang dimiliki oleh setiap redaksi disemua media massa cetak adalah berbeda satu sama lainnya. Sebab, arah kebijakan ini tentunya sangat erat kaitannya dengan ciri khas atau karakteristik dari sebuah media tersebut. Bisa disimpulkan bahwa tidak akan pernah kita temui sebuah persamaan sudut pandang setiap institusi penerbitan surat kabar terhadap realitas dan fenomena yang disajikan dalam setiap pemberitaannya. Yang pada akhirnya, kebijakan redaksi ini akan menentukan kredibilitas dan kepribadian surat kabar tersebut.

2.2.7 Tinjauan Tentang Berita

Pengertian berita bermacam-macam. Namun lebih dulu harus diketahui bahwa arti sebuah berita tidak sama bagi negara-negara sistem pers bebas/liberal 20 dan bagi negara-negara yang menganut sistem pers penguasa atau sistem pers yang bertanggung jawab. Setelah bubarnya negara Uni Republik Sosialis Soviet, kita dengan mudah membedakan sistem pers dalam dalam dua kelompok besar. Pers Barat yang menganut teori pers bebas / liberal dan Pers Timur yang menganut teori pers komunis. Pers Timur berbeda sekali sistemnya, bahkan

bertentangan dengan Pers Barat. Dalam Pers Timur, berita tidak dipandang sebagai komoditi, berita bukan barang dagangan. Berita adalah suatu proses, proses yang menentukan arahnya. Berita tidak didasarkan pada maksud untuk memuaskan nafsu ingin tahu segala sesuatu yang luar biasa dan menakjubkan, melainkan pada keharusan ikut berusaha mengorganisasikan pembangunan dan pemeliharaan segara sosialis.

Menurut Hikmat dalam bukunya menjelaskan tentang berita sebagai berikut :

> "Berita harus tidak boleh hanya memperhatikan pelaporan atau fakta peristiwa ini dan itu saja, ia harus mengejar suatu tujuan yang pasti. Ia tidak boleh hanya melaporkan semua fakta dan peristiwa saja. Berita harus bersifat didaktik dan mendidik*"*.(Hikmat, 2007:32).

Berbeda dengan Pers Timur, Pers Barat memandang berita itu sebagai komoditi sebagai barang dagangan yang dapat diperjualbelikan. Oleh karena itu sebagai barang dagangan berita harus menarik. Tidak heran kalau Pers Barat mendefinisikan berita seperti yang yang diberikan oleh raja pers dari Inggris, Lord Northcliffe yang mengatakan bahwa "*Berita adalah segala sesuatu yang tidak biasa*". Seorang wartawan juga menambahkan *"..dikombinasikan dengan unsur kejutan".* Dengan demikian menurut Northcliffe *"kalau anjing menggigit orang, itu bukan berita ; kalau orang menggigit anjing, itu baru berita*". (Hikmah : 34) Di negara kita, saat ini pers lebih condong menggunakan sistem Pers Barat yang cenderung bebas. Dengan demikian tidak ada salahnya jika definisi berita kita lebih banyak mengadopsi sistem Barat.

Pada dasarnya berita di media media cetak maupun media elektronik, khususnya televisi memiliki definisi berita yang sama. Askurafai menguraikan sebagai berikut:

> "Hanya saja yang membedakan adalah berita di televisi sesuai dengan karakteristik media audio visual. Dengan kata lain berita di televisi ditampilkan dengan menayangkan berita yang dapat dilihat dan didengar, bukan sekedar dibaca. Berita dapat dilukiskan sebagai setiap fakta yang tepat atau ide yang dapat menarik sejumlah besar pembaca".(Askurifai, 2006:61).

Menurut Djafar Berita juga didefinisikan sebagai berikut:

> "Laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staff redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian penonton, entah karena ia luar biasa, karena pentingnya atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi dan ketegangan". (Djafar, 1991:24).

Menurut Haris Berita dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori yaitu :

> "Berita berat (*hard news*) dan berita ringan (*soft news*). Selain itu, berita juga dapat dibedakan menurut lokasi peristiwannya, di tempat terbuka atau di tempat tertutup. Sedangkan berdasarkan sifatnya, berita bisa dipilah menjadi berita diduga dan berita tak diduga. Selebihnya, berita juga bisa dilihat menurut materi isinya yang beraneka macam".(Haris S, 2005:l5).

Tetapi dari semua definisi itu, jika disederhanakan maka akan diperoleh suatu definisi yang mudah dipahami, yaitu bahwa berita adalah informasi aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang. Nilai Berita merupakan apa yang terkandung dalam berita. Beberapa kriteria berita yang dianggap memiliki nilai-nilai berita adalah jika berita mengandung hal-hal berikut ini:

1. Aktualitas.
   Berita harus yang paling terbaru dan kecepatan berita yangditampilkan mempengaruhi aktualitas
2. Kedekatan.

Peristiwa yang memiliki kedekatan dengan khalayak tentu akan lebih menarik perhatian khalayak

3. Keterkenalan.
   Dampak. Luasnya dampak dari peristiwa yang ditimbulkan ternyata juga penting di ukur.
4. Human interest.
   Diantaranya adalah ketegangan, ketidaklaziman, minatpribadi,konfik, simpati, kemajuan, seks, usia, binatang dan humor. (Haris S, 2005:40)

2.2.8 Tinjauan Tentang Kebudayaan

2.2.8.1 Pengertian Kebudayaan

Pengertian paling tua atas kebudayaan diajukan oleh Edward Burnett Tylor dalam karyanya berjudul *"Primitive Culture"* dan dikutip oleh Dr. Alo. Liliweri, M. S dalam bukunya yang berjudul "Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya" yang menyatakan bahwa:

> "Kebudayaan adalah kompleks dari keseluruhan pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hukum, adat istiadat dan setiap kemampuan lain dan kebiasaan yang dimiliki oleh manusia sebagai anggota suatu masyarakat." (Liliweri, 2004 : 107)

Kebudayaan menurut Selo Soemarjan dan Soelaeman Soemardi dalam buku yang berjudul "Sosiologi Suatu Pengantar" karya Soerjono Soekanto, kebudayaan didefinisikan sebagai berikut :

> "Semua hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat. Karya masyarakat menghasilkan teknologi dan kebudayaan kebendaan atau kebudayaan jasmaniah (material culture) yang diperlukan manusia untuk menguasai alam sekitar, agar kekuatan serta hasil dapat diabadikan untuk keperluan masyarakat." (Soerjono Soekanto, 2007 : 151)

Dikatakan (Geertz, dalam Susanto, 1992:57) dan dikutip kembali oleh Drs. Alex Sobur, M. Si. dalam buku "Semiontika Komunikasi":

> "Kebudayaan adalah sebuah pola dari makna-makna yang tertuang dalam simbol-simbol yang diwariskan melalui sejarah. Kebudayaan adalah sistem dari konsep-konsep yang diwariskan dan diungkapkan dalam bentuk-bentuk simbolik melalui mana manusia berkomunikasi, mengekalkan dan memperkembangkan pengetahuan tentang kehidupan ini dan bersikap terhadap kehidupan ini." (Sobur, 2006 : 178)

2.2.8.2 Unsur-Unsur Kebudayaan

Kluckhohn dalam karyanya Universal Categories of Culture mengatakan bahwa kebudayaan terdiri dari tujuh unsur, yaitu meliputi:

1. Peralatan dan Perlengkapan hidup manusia
2. Mata pencaharian hidup dan Sistem-sistem ekonomi
3. Sistem Kemasyarakatan
4. Kesenian
5. Sistem Pengetahuan
6. Bahasa
7. Religi (sistem kepercayaan) (Koentjaraningrat, 2009 : 265)

2.2.9 Tinjauan Tentang Kearifan Lokal

Sementara itu istilah "kearifan lokal" juga rasanya masih belum teguh pancangannya. Istilah "kearifan lokal" merupakan terjemahan dari *"local genius"*. Istilah *"local genius"* sendiri diperkenalkan pertama kali oleh **Quaritch Wales** pada tahun 1948-1949 dan dikutip oleh Ajip Rosidi dalam bukunya yang berjudul "Kearifan Lokal" dengan arti:

> "Kemampuan kebudayaan setempat dalam menghadapi pengaruh kebudayaan asing pada waktu kedua kebudayaan itu berhubungan." (Rosidi, 2011 : 29)

Menurut DR. Nina H. Lubis, M.S dalam bukunya *"Sejarah dan Budaya Politik*" Kearifan tradisional didefinisikan sebagai berikut :

> "Kearifan tradisional atau kearifan lokal adalah sesuatu yang berakar pada masa lalu dalam kehidupan tradisional lokal yang dijadikan rujukan tatanan kehidupan dan kebudayaan lokal masing-masing. Setiap kelompok memiliki kearifan lokal tersendiri untuk memelihara kesatuan integritas dan juga jati diri kelompok atau kaumnya. Kearifan tradisional artinya wawasan atau cara pandang menyeluruh yang bersumber dari tradisi kehidupan." (Lubis, 2002 : 221)

Selain itu yang turut-serta dalam Diskusi Ilmiah Arkeologi yang diselenggarakan tahun 1984 itu, mengambil bukti kreativitas nenek-moyang kita sebagai adanya "kearifan lokal" atau *"local genius*" itu dengan meneliti kejadian abad ke-8 sampai abad ke-18. Dari uraian mereka kita melihat bahwa pada masa yang jauh lampau itu, bangsa kita telah memperlihatkan kemampuan "kearifan lokal"-nya dalam menghadapi pengaruh yang datang dari luar yang dianggap sebagai tantangan. Menurut ayat bahasa Indonesia yang sekarang menjadi bahasa nasional itu, merupakan hasil "kearifan lokal" bangsa kita di Nusantara mempertahankan bahasa yang sudah digunakan pada berabad-abad yang lampau, yang dalam catatan orang Cina disebut bahasa *K'un-lun*. Bahasa *K'unlun* itulah yang kemudian menjadi bahasa Melayu yang melahirkan dua macam bahasa Negara, yaitu bahasa Indonesia di Indonesia dan Bahasa Melayu di Malaysia.

Diskusi Ilmiah Arkeologi dengan tema "*Local Genius*" dalam Kebudayaan Indonesia" itu selenggarakan oleh Ikatan Ahli Aerkologi sebagai jawaban para ahli aerkologi terhadap tantangan Menteri P dan K Prof. Dr. Nugroho Notosusanto yang pada tahun sebelumnya (1983) dalam Pertemuan Ilmiah Arkeologi yang

diselenggarakan di Ciloto meminta agar para ahli aerkologi lebih meningkatkan keterlibatan profesionalnya dalam pembinaan dan pengembangan kebudayaan nasional. Dalam diskusi itu, istilah yang digunakan adalah "*local genius*" dan "*cultural identity*" dengan bermacam terjemahan bahasa Indonseia, seperti "kepribadian budaya bangsa", "identitas kepribadian bangsa", "ketahanan budaya", "cerlang budaya" dan lain-lain, tetapi istilah "kearifan lokal" belum digunakan.

Sayang bahwa penelitian mengenai ketahanan "kearifan lokal" kita menerima terjangan pengaruh dari masa-masa sesudahnya belum mendapat perhatian para ahli sejarah, antropologi dan sosiologi kita, sehingga kita belum mendapat gambaran yang jelas tentang ketahanan "kearifan lokal" kita menghadapi terjangan dari kebudayaan asing yang datang kemudian, seperti pengaruh kebudayaan asing yang datang kemudian, seperti pengaruh kebudayaan (dan agama) Islam dan kemudian pengaruh kedatangan kebudayaan Barat yang dibawa oleh penjajah Belanda dan terjangan globalisasi masa kini.

Agaknya kita sadari bahwa hasil penelitian para ahli itu semuanya tentang masa yang sudah lampau, padahal tema konferensi kita sekarang adalah "membaca kembali, menafsirkan dan mengkreasikan makna serta memanfaatkan kearifan lokal dalam rangka pembangunan karakter bangsa". Memang kita sudah lama dalam menghadapi kebudayaan warisan nenek-moyang kita dan kebudayaan asing mempunyai sikap yang dirumuskan dalam kalimat "ambil yang baiknya, buang buruknya". Berbagai budaya lokal kita yang usianya sudah berabad-abad mempunyai sistem nilai sendiri. Kearifan lokal baru menjadi wacana dalam

masyarakat pada tahun 1980-an, ketika nilai-nilai budaya lokal yang terdapat dalam masyarakat Indonesia sebagai warisan nenek-moyang sudah hampir digerus oleh moderenisasi yang menjadi kebijakan dasar pembangunan yang dilaksanakan oleh Orde Baru.

Dengan demikian kebudayaan budaya lokal baik berupa kesenian, sastra, hukum adat, dan lain-lain banyak yang hanyut dan hilang, sehingga tidak dapat digunakan sebagai pemerkaya budaya nasional yang hendak dibangun. Memang sudah lama ada wacana bahwa kebudayaan nasional itu merupakan gabungan puncak-puncak kebudayaan daerah seperti dirumuskan oleh KI Hadjar Dewantara dan dicantumkan dalam UUD 1945 yang asli, namun wacana itu baru sekedar wacana. Ternyata kita mudah sekali merumuskan gagasan-gagasan besar tetapi tidak segera merumuskannya menjadi langkah-langkah kongkrit.

Seperti yang telah dikemukakan oleh Bosch, yang penting ialah mengembangkan kreativitas para pelaku budaya sendiri sehingga dapat menumbuhkan "kearifan lokal" ketika menghadapi terjangan pengaruh kebudayaan asing. Yang menjadi soal, bagaimana caranya agar kita dapat mengembangkan kreativitas para pelaku budaya itu.

Hal itu menunjukan bahwa untuk membangkitkan "kearifan lokal" harus ada campur tangan pemerintah atau Negara. Artinya pemerintah atau Negara harus membuat pola atau rencana yang jelas untuk merangsang kreativitas bangsa dalam pembangunan.

Tidak akan ada tenaga-tenaga terdidik sebagai hasil usaha berencana pemerintah yang mampu menghadapi terjangan globalisasi dan kemudian

melahirkan karya-karya monumental sebagai bukti adanya “kearifan lokal” sebagai bangsa. Bukan artinya tidak akan ada sama sekali karya yang membuktikan adanya kreativitas bangsa kita dalam menghadapi terjangan lobalisasi. Karya kreatif sebagai bukti adanya “kearifan lokal” mungkin saja lahir, tetapi merupakan hasil faktor kebetulan, bukan sebagai hasil dari program yang direncanakan secara matang oleh pemerintah.

Sebagai bangsa, kita sudah membuktikan bahwa menghadapi semua terjangan pengaruh dari berbagai kebudayaan yang datang dari luar telah menghasilkan akulturasi yang tidak menenggelamkan niali-nilai yang kita punyai, melainkan menggunakan sebagai kekuatan yang merangsang kreativitas sehingga melahirkan karya-karya unggul yang khas.

Dengan adanya kreativitas dari para pelaku budaya kita dalam menghadapi terjangan globalisasi, dengan memanfaatkan “kearifan lokal” yaitu nilai-nilai yang kita punyai dalam budaya peninggalan nenek moyang kita sendiri, karena tradisi merupakan bagian dari kebudayaan, kerifan tradisional dapat berbeda antara satu kelompok dengan kelompok lain. Jadi orang sunda bisa memiliki kearifan tradisional yang berbeda dari orang Jawa untuk menghadapi sesuatu masalah, tetapi bisa juga memiliki visi yang sama, demikian juga dengan suku-suku lainnya.

Fungsi kearifan tradisional secara internal adalah untuk memperkokoh kesadaran jati diri kelompok melalui hubungan-hubungan tradisional, sedangkan secara ekstrenal adalah untuk menunjukan identitasnya terhadap kesatuan kelompok lain. Hubungan tradisional adalah hubungan sosial yang erat kaitannya

dengan tradisi terbentuknya kelompok-kelompok berasas kekerabatan dan hubungan-hubungan *genealogis.*

Kearifan tradisisonal ini, ada yang masih relevan dengan keadaan masa kini, sehingga perlu diwariskan kepada generasi muda. Disamping itu, ada juga kearifan tradisional yang mungkin sudah tidak relevan lagi sehingga perlu ditinggalkan. Sebagai bagian dari budaya Sunda, kearifan tradisional milik masyarakat sunda dapat dilacak dalam peninggalan atau warisan sejarah tradisional.

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Kerangka Pikir Teoritis

Kerangka pikir merupakan pemetaan *(mind maping)* yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Tentunya kerangka pikir memiliki esensi tentang pemaparan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti dan berdasarkan teknik pengutipan yang benar.

Berdasarkan judul penelitian yang telah disusun, maka fokus penelitian adalah kebijakan, dan sub fokus penelitian adalah Tujuan dan Tindakan, peneliti mengambil teori informasi organisasi karena pada teori ini menggambarkan bahwa setiap pesan yang masuk pada perusahaan atau media, masih multitafsir, sama halnya seperti wartawan atau koresponden yang mencari informasi atau berita kemudian di berikan kepada Galura,

untuk di edit kembali berita yang telah masuk agar berita tersebut bisa untuk mengaktualisasikan kembali nilai kearifan lokal sunda pada rubrik warna-warni yang ada di Galura.

Berkaitan dengan permasalahan yang di teliti, penelitian ini mengangkat teori yang akan diambil dalam pengambilan kebijakan redaksional terhadap suatu berita, yang nanti akan berimbas pada pembaca surat kabar. Selain memasukan Teori yang akan dipakai, ada baik peneliti membahas mengenai sub fokus untuk menggali kebijakan redaksi Galura dana mengaktualisasikan nilai kearifan lokal. Berikut adalah definisi-definisi sebagai berikut :

1. Tujuan

Tujuan merupakan arah atau sasaran yang dicapai. Tujuan menggambarkan tentang apa yang akan dicapai atau yang diharapkan. Tujuan merupakan titik akhir tentang apa yang harus dikerjakan. Tujuan juga menggambarkan tentang apa yang harus dicapai melalui prosedur, program, pola (network), kebijaksanaan (policy), strategi, anggaran (budgeting), dan peraturan-peraturan (regulation) yang telah ditetapkan.[2]

A.W Widjaja mengatakan tujuan dari komunikasi adalah :

1. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain. Ini dimaksudkan apakah kita menginginkan orang lain mengerti dan memahami apa yang kita maksud.
2. Apakah kita ingin agar orang lain menerima dan mendukung gagasan kita. Dalam hal ini ternyata cara penyampaian akan berbeda dengan cara yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan saja.

[2] http://yiswinilam.wordpress.com/2012/10/30/tugas-1-teori-organisasi-umum-1/

3. Apakah kita ingin agar orang lain mengerjakan sesuatu atau agar mereka mau bertindak. (Widjaja, 1997:11).

2. Tindakan

Tindakan merupakan suatu gambaran yang memang diperlukan di setiap organisasi dalam mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Morissan definisi tindakan adalah :

> "Bagaimana individu sebagai komunikator mengelola pesan yang hendak disampaikannya." (Morissan, 2013:156)

Sebagaimana teori kumpulan tindakan yang dikemukakan oleh John Grenne yang memberi perhatian pada cara bagaimana kita mengelola pengetahuan dalam pikiran dan menggunakanya untuk membahas pesan. Menurut teori tersebut, manusia membentuk pesannya dengan menggunakan apa yang disebut dengan "pengetahuan isi" dan "pengetahuan prosedural". Menurut Grenne orang mengetahui "Mengenai" sesuatu yang merupakan pengetahuan isi dan orang mengetahui *Bagaimana melakukan* sesuatu yang merupakan pengetahuan prosedural.

Kelompok elemen ingatan yang paling sering dgunakan akan menjadi semakin kuat dan membentuk ikatan sedemikian rupa sehingga eleme ingatan tersebut cenderung mengelompok menjadi apa yang disebut "Modul" yang oleh Grenne dinamakan "Catatan Prosedural".

> "Catatan prosedural adalah seperangkat hubungan antara elemen ingatan dalam suatu jaringan tindakan." (Morissan, 2013:157)

Ketika anda melakukan suatu tindakan, maka anda haru mengumpulkan prosedur yang sesuai. Dari seluruh tindakan yang dalam ingatan maka anda harus memilih prosedur yang paling sesuai dengan situasi yang sedang dihadapi agar memperoleh hasil atau konseskuensi yang diinginkan dengan cara memilih suatu urutan tindakan. Menurut teori ini ketika anda bertindak maka anda harus mengu,pulkan prosedur yang berhubungan dari berbagai catatan prosedural yang sesuai.

Adapun teori yang menjadi landasan dari penelitian ini, peneliti mengambil beberap teori diantaranya :

1. Aktualisasi

Aktualisasi menurut kata asalnya, berati "kini" dan "keadaan sebenarnya, atau menghidupakan kembali" (Effendy, 1981:99). Kedua istilah tersebut erat kaitannya dengan berita, karena definisi berita adalah laporan tercepat mengenai fakta-fakta atau opini yang penting atau menarik minat, atau kedua-keduanya bagi sejumlah besar orang.

Laporan tercepat menunjukan pada "kekinian" atau terbaru dan masih hangat. Fakta dan peristiwa penting atau menarik tiap hari berganti dan perlu untuk dilaporkan, karena khalayak pun memerlukan informasi yang paling baru. Hal ini dilakukan oleh surat kabar, karena surat kabar sebagian besar memuat berbagai jenis berita

Arti kata aktualisasi oleh peneliti di artikan sebagai salah satu aturan redaksi Galura dalam menghidupkan kembali nilai-nilai kearifan lokal yang telah hilang (nilai kekiniannya tetap terlihat) sementara waktu ini di jaman

moderen. Karena Galura mempunyai target yaitu utuk menghidupkan kembalai atau merepitalisasikan nilai-nilai kearifan lokal sunda di Jawa Barat, khususnya di daerah Bandung.

Untuk mengetahui bagaimana tujuan dan kegiatan yang dilakukan oleh SKM Galura, peneliti akan menggunakan teori yang bisa memecahkan masalah didalam penelitian ini.

2. Teori Informasi Organisasi

Salah satu gagasan paling berpengaruh dalam teori komunikasi organisasi adalah pemikiran Karl Weick mengenai teori informasi organisasi. Pemikiran dari sudut pandang komunikasi adalah banyaknya bentuk dan struktur yang ditentukan melalui cara-cara anggota organisasi saling berinteraksi satu sama lainnya. Teori informasi organisasi memiliki kedudukan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi, karena menggunakan komunikasi sebagai dasar atau basis bagaimana mengatur atau mengorganisasi manusia dan memberikan pemikiran rasional dalam memahami bagaimana manusia berorganisasi.

Karl Weick mengembangkan suatu pendekatan untuk menjelaskan proses organisasi dalam mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan informasi yang diterima dalam oraganisasi. Weick melihat organisasi sebagai suatu sistem yang menerima berbagai informasi yang

membingungkan atau multitafsir dari lingkungannya dan berusaha untuk memahminya. Dengan demikian, menurut teori ini, organisasi dalam perkembangannya akan mengalami evolusi seiring dengan upaya organisasi untuk memahami diri sendiri dan lingkungannya.

Menurut Weick, semua informasi dari lingkungan, dalam derajat tertentu adalah tidak pasti, tidak jelas dan membingungkan, dan kegiatan organisasi dirancang untuk mengurangi ketidakpastian tersebut.

> "Suatu organisasi harus memilik suatu prosedur untuk mengelola seluruh informasi yang ingin diterima atau dikirimkan untuk mencapai tujuannya. Organisasi adalah sistem karena terdiri dari atas orang-orang atau kelompok yang saling berhubungan. Mereka saling bergantung satu sama lain untuk mencapai tujuan mereka." (Morissan, 2013 : 400)

Fokus dari teori informasi organisasi adalah komunikasi informasi, hal yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu organisasi. Sangatlah jarang satu orang atau satu bagian perusahaan memiliki seluruh informasi yang diperlukan untuk rnenyelesaikan tugasnya. Informasi yang dibutuhkan berasal dari berbagai sumber. Namun demikian tugas mengelola atau memproses informasi tidaklah sekadar bagaimana memperoleh informasi bagian tersulit adalah bagaimana memahami informasi dan mendistribusikan informasi yang diterima itu di dalarn organisasi.

Teori informasi organisasi menjelaskan bagaimana memahami informasi yang mernbingungkan dan multitafsir. Teori ini memfokuskan perhatiannya pada proses mengorganisasi anggota suatu organisasi untuk

mengelola informasi dari pada struktur organisasi. Terdapat beberapa asumsi yang mendasari teori ini yaitu :

1) Organisasi berada dalam suatu lingkungan informasi

2) Informasi yang diterima suatu organisasi berbeda tingkat kepastiannya.

3) Organisasi berusaha untuk mengurangi ketidakpastian

Dalam hal ini, Weick mengajukan dua strategi komunikasi dalam upaya organisasi untuk mengurangi ketidakpastian yaitu : 1. Siklus perilaku, dan 2. Aturan bersama.

1. Siklus Perilaku

Ketika anggota organisasi melakukan interaksi di antara mereka setiap hari maka kegiatan mereka menciptakan organisasi. Perilaku mereka saling berkaitan satu sama lain karena perilaku satu orang bergantung kepada perilaku orang lain. Ketika anggota organisasi berkomunikasi untuk mengurangi ketidakpastian maka mereka akan melakukan serangkaian "siklus perilaku komunikasi" atau singkatnya disebut siklus komunikasi saja. Siklus komunikasi sering kali dissebut dengan istilah "rutinitas" kerja yang rnemungkinkan anggota organisasi melakukan klarifikasi terhadap hal-hal yang belum jelas.

> “Siklus komunikasi yang digunakan untuk mengurangi ketidakpastian terdiri atas empat tahap yaitu: aksi *(act)*, respons *(interact)*, penyesuaian *(adjustment)*, dan interaksi ganda *(double interact)* ke empat hal inilah yang membentuk organisasi.” (Morissan, 2013 :402)

2. Aturan Bersama

Di dalam sikius perilaku, tindakan anggota organisasi dikontrol oleh aturan bersama *(asembly rules)* untuk memandu pilihan rutinitas yang akan digunakan untuk mengurangi ketidakpastian yang tengah dihadapi. Sedangakan definis aturan adalah :

> "Seperangkat kriteria yang digunakan untuk memutuskan apa yang akan dilakukan untuk mengurangi ketidakpastian. Menurut West dan Turner, aturan mengacu pada panduan yang telah dibuat organisasi untuk menganalisis ketidakpastian suatu informasi sekaligus memandu dalam memberikan tanggapan pada informasi itu." (Morissa, 2013:406)

Proses untuk mengurangi ketidakpastian merupakan proses evolusi yang terdiri dari atas tiga tahap atau tiga bagian yaitu : a.) Penerimaan informasi *(enactment),* b.) Seleksi, dan c.) Retensi.

a. penerimaan Informasi *(enactment)*

Tahap pertama dalam Proses untuk mengurangi ketidakpastian adalah tahap penerimaan informasi. Istilah yang digunakan Karl Weick pada tahap penerimaan informasi ini adalah definisi situasi atau mendaftarkan adanya informasi yang tidak pasti dari luar. Pida tahap *enactment* atau definisi situasi ini anggota organisasi mencatat atau mendaftarkan adanya kehadiran informasi yang tidak pasti yang berasal dari luar organisasi. Pada tahap ini, orang akan memberikan perhatiannya terhadap rangsangan atau stimuli dan mengetahui akan adanya ketidakpastian. Penerimaan informasi mengacu pada proses

bagaimana suatu informasi diterima dan di interpretasikan oleh organisasi. Pada tahap ini, organisasi harus menganalisis masukan informasi *(input)* yang mereka terima untuk menentukan jumlah ketidakpastian yang ada dan memberikan makna terhadap informasi yang ada.

b. Seleksi

Proses kedua adalah seleksi yaitu proses di mana anggota organisasi menerima sejumlah informasi yang dianggap relevan denga persoalan dan menolak informasi lain yang dinilai tidak re1evan. Seleksi berfungsi untuk menyempitkan atau mengerucutkan luasnya persoalan dengan cara menolak alternatif yang tidak ingin ditangani pada saat itu. Proses ini adalah upaya menyingkirkan ketidakpastian yang muncul dari informasi yang diterima pada tahap awal.

Menurut Weick, semakin besar ketidakpastian informasi yang diterima dan diproses oleh organisasi maka semakin besar pula siklus komunikasi yang diperlukan untuk mengurangi ketidakpastian hingga mencapai suatu level kepastian yang bisa diterima. Weick merumuskan suatu hubungan berlawanan arah antara aturan bersarna dan siklus komunikasi. Menurutnya semakin banyak siklus komunikasi yang dilakukan dalarn upaya untuk menangani masalah rumit yang penuh ketidakpastian maka penggunaan aturan bersarna akan semakin sedikit. Dengan kata

lain, anggota organisasi hanya akan rnenggunakan aturan bersama terhadap informasi yang tidak mengandung banyak interpretasi, namun mereka akan menggunakan siklus komunikasi untuk mengelola informasi yang mengandung ketidakpastian.

c. Retensi

Bagian ketiga dari proses organisasi adalah retensi yaitu proses menyimpan beberapa informasi yang akan digunakan pada waktu yang akan datang.

> "Retensi adalah informasi yang disimpan atau di ingat oleh organisasi dan setiap individu yang menjadi anggotanya. Informasi yang disimpan nantinya akan digabungkan dengan infornasi lainnya yang sudah ada yang akan digunakan organisasi di dalam melaksanakan kegiatannya di masa depan." (Morissan, 2013 : 408)

2.3.2 Kerangka Pikir Konseptual

Kerangka pikir teoritis diatas diaplikasikan dalam kerangka pikir konseptual sesuai dengan penelitian yang akan dikaji yaitu mengenai kebijakan redaksi. Mengenai suatu kebijakan redaksi surat kabar mingguan Galura.

Pada dasarnya yang melandasi penelitian ini adalah Media Tradisional yaitu dalam hal kebijakan redaksi. Media masa Galura ini adalah salah satu surat kabar yang di dalamnya mengangkat nilai-nilai kearifan lokal budaya-budaya sunda yang ada di Jawa Barat, khususnya di daerah Bandung.

Penggunaan media surat kabar ini merupakan salah satu sarana bagi masyarakat untuk melihat dan mengetahui kearifan lokal apa saja yang ada di dalam berita Galura pada rubrik warna-warni tersebut. Selain itu agar masyarakat tahu bahwa Galura masih bisa mengaktualisasikan atau megangkat kembali kearifan lokal apa saja yang ada di sekelilingnya.

Di satu sisi Galura mempunyai visi dan misi adalah sebagai surat kabar berbahasa Sunda adalah Melestraikan kebudayaan Sunda, khususnya bahasa dan sastra Sunda Menyampaikan Dakwah Islamiyah Pusat Informasi Kebudayaan Sunda. Dan Misi dari penerbitan Galura sebagai anak penerbitan dari PT Pikiran Rakyat Bandung adalah Melaksanakan tujuan idiil yakni berperan serta dalam pembangunan nasional, khususnya dalam pendidikan dan upaya mencerdaskan bangsa. Menjadikan dirinya sebagai media informasi, pendidikan dan sampai batas-batas tertentu sebagai media hiburan. Kesemuanya itu dilakukan dengan menjalankan fungsi menyebarluaskan, menyalurkan aspirasi rakyat dan meluaskan komunikasi nasional. Melaksanakan misi pers nasional sebagaimana diamanatkan dalam GBHN. Dapat melaksanakan fungi dan kewajiban serta mewujudkan fungsi idiil.

Media cetak berbahasa Sunda ini terus berupaya bertahan hidup dan bersaing dengan penerbitan pers lainnya, termasuk banyaknya persnasional yang masuk pasar Jawa Barat. Dari sejak sebelum kemerdekaan RI, ada sekitar 30 surat kabar dan Surat kabar berbahasa

Sunda yang terbit. Tetapi hanya bertahan beberapa tahun saja. Dari delapan penerbitan persberbahasa Sunda yang bertahan saat ini.

Di lihat dari sisi redaksional, Galura adalah Surat kabar keluarga, karena dilihat dari isinya Galura tidak memiliki segmentasi dari segi usia, tingkatan pendidikan, kelas ekonomi, grafis dan jenis kelamin. Surat kabar ini diajukan bagi siapapun yang berminat pada bahasa Sunda.

Setiap media memiliki apa yang disebut kriteria kelayakan berita. Selain itu, mereka juga memiliki apa yang disebut kebijakan redaksional (*editorial policy*). Kriteria kelayakan berita itu bersifat umum (*universal*), dan tak jauh berbeda antara satu media dengan media yang lain. Sedangkan kebijakan redaksional setiap media bisa berbeda, tergantung visi dan misi atau ideologi yang dianutnya.

Redaksi juga bertanggung jawab atas penulisan dan isi Tajuk rencana *(Editorial)* yang merupakan opini redaksi *(Desk opinion)*. Jika Redaksi berhalangan menulisnya, lazim pula tajuk dibuat oleh Redaktur Pelaksana, salah seorang anggota Dewan Redaksi, salah seorang Redaktur, bahkan seorang Wartawan atau siapa pun dengan seizin dan sepengetahuan Redaksi yang mampu menulisnya dengan menyuarakan pendapat korannya mengenai suatu masalah aktual. Seperti yang dikatakan oleh Totok Djuarto menegenai tugas-tugas seorang redaksi adalah :

> "(1). Bertanggung jawab terhadap isi redaksi penerbitan, (2). Bertanggung jawab terhadap kualitas produk penerbitan, (3). Memimpin redaksi, (4). Memberikan arahan kepada semua tim redaksi tentang berita yang akan dimuat pada setiap edisi, (5). Menentukan layak tidaknya suatu berita, foto, dan desain untuk sebuah penerbitan, (6). Mengadakan koordinasi dengan bagian lain

> seperti Pemimpin Perusahaan untuk mensinergikan jalannya roda Perusahaan, (7). Menjalin lobi-lobi dengan narasumber penting di Pemerintahan, dunia usaha, dan berbagai instansi lainnya, (8). Bertanggung jawab terhadap pihak lain, yang karena merasa dirugikan atas pemberitaan yang dimuat, sehingga pihak lain melakukan somasi, tuntutan hukum, atau menggugat ke pengadilan. Sesuai aturan, tanggung jawab oleh Redaksi bila di limpahkan kepada pihak lain yang dianggap melakukan kesalahan tersebut." (Djuarto, 2004:18).

Selain itu peran utama redaksi adalah mengendalikan kegiatan keredaksian di perusahaannya yang meliputi penyajian berita, penentuan liputan, pencarian fokus pemberitaan, penentuan topik, pemilihan berita utama (*headline*), berita pembuka acara (*opening news*), menugaskan atau membuat sendiri tajuk dan sebagainya. Pendeknya, baik dan buruk isi pemberitaan pada penerbitannya, tergantung ketajaman redaksi dalam mencari dan memilih materi pemberitaanya. Itu sebabnya redaksi harus memiliki wawasan yang luas terhadap perkembangan situasi baik politik, sosial maupun budaya.

Salah satu prosedur yang dilakukan oleh peniliti mengenai kebijakan redaksi adalah :

1. Tujuan

Tujuan adalah arah atau tuntutan yang akan di capai. Tujuannya untuk melestarikan bahasa, sastra, dan kebudayaan sunda lewat pengunaan bahasa sunda lebih ekspresif, meningkatkan oplah dan menjadikan koran galura sebagai koran berbahasa sunda yang memberikan berita dan informasi yang bisa menghibur masyarakat.

Tujuan dalam melakukan aktualisasi nilai-nilai kearifan lokal sunda adalah Memenuhi syarat tertentu yang sudah di tetapkan oleh SKM Galura tersebut, syarat tersebut dimaksud untuk menargetkan masyarakat banyak agar nilai berita yang ada didalam nya mempunyai keunikan tersendiri dan membuat masyarakat menjadi tertarik untuk membacanya.

2. Tindakan

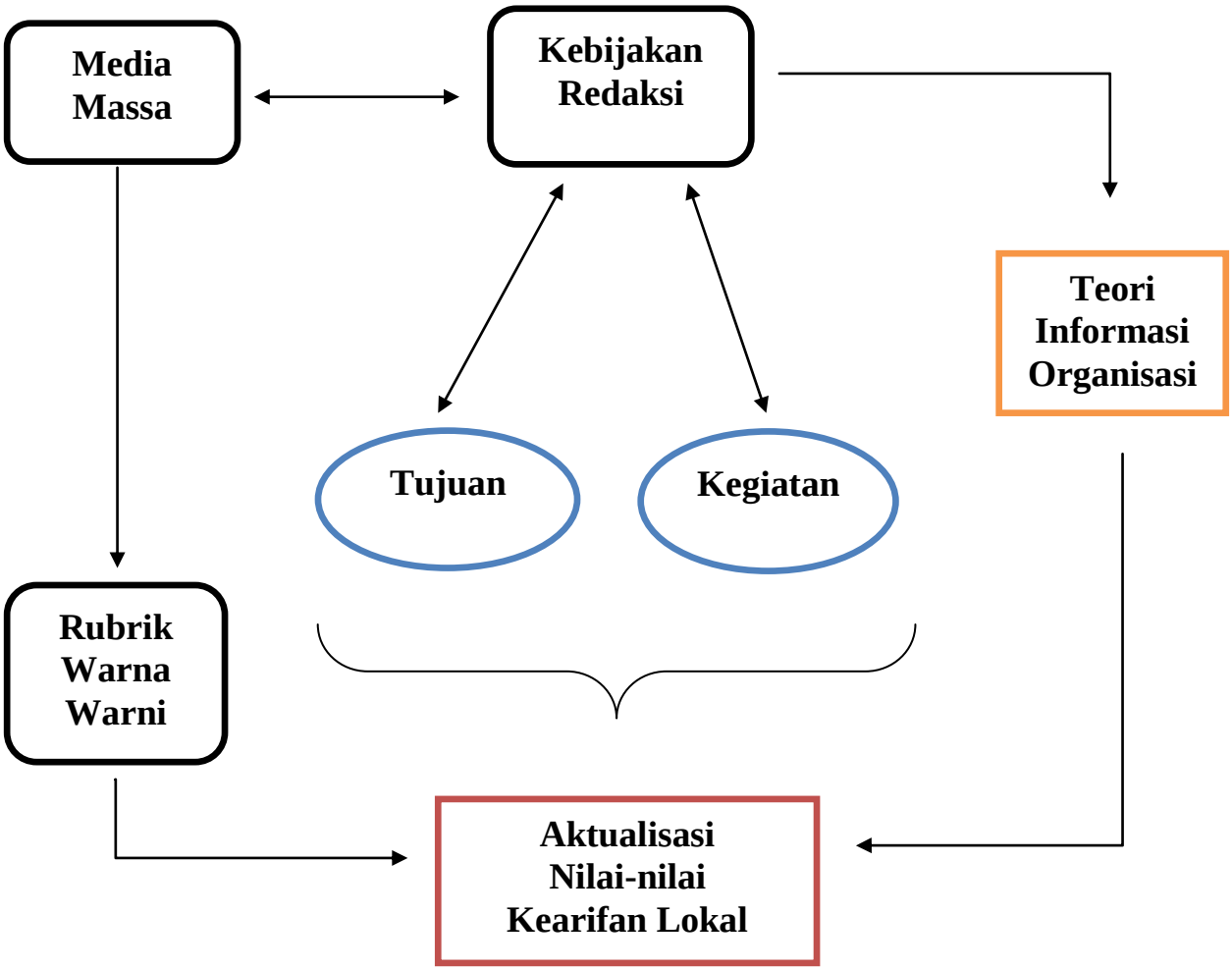
Tindakan SKM Galura dalam mengaktualisasikan nilai-nilai kearifan lokal Sunda yakni dengan cara memasukan dan memilah memilih tentang berita yang akan di bahas didalam rubrik warna-warni tersebut, agar membuat masyarakat tahu banyak mengenai informasi mengenai nilai-nilai kearifan lokal Sunda. Selain itu SKM Galura akan membuat tindakan yang memang harus sesuai dengan visi dan misi nya di perusahaan tersebut.

3. Aktuallisasi

Aktualisasi dalam hal ini merupakan suatu gambaran bagaimana sebuah berita atau informasi itu bisa di tampilkan atau ditonjolkan kembali pada masyarakat banyak, agar masyarakat tahu bahwa di dalam isi berita rubrik warna-warni tersebut ada nilai tersendiri yang di aktualisasikan oleh SKM Galura. Jadi dengan kata lain tujuan dan tindakan Galura untuk menghidupkan kembali nilai kearifan lokal sunda.

Gambar 2.1

Kerangka Pikir Peneliti *(Mind Mapping)*



Sumber : Peneliti 2013