

---

## ANALYSIS OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AS A PROMOTIONAL MEDIA FOR KEDAI WAFFLE BOX

### ANALISIS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI KEDAI WAFFLE BOX

EKA YUNITA RAHAYU

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako

*\*E-mail: eyurayunita@gmail.com*

Naskah diterima: 7 Januari 2018 Naskah diterbitkan: 29 Juni 2020

#### ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how the editor-in-chief in directing journalists to find news so that they are able to produce quality news and find out how journalists understand the instructions given by the chief editor. The research method used is descriptive qualitative research with the research location located at Radar TV Palu, Jalan Yos Sudarso No. 9 Hammers. the informants in this study amounted to 4 (four) informants who were selected through purposive sampling. Data collection techniques were carried out by observation (participants) and interviews. The data analysis technique used qualitative data analysis. The results of this study indicate that the editor-in-chief's communication style to journalists on Radar TV Palu has indeed been carried out by the editor-in-chief, this is because all instructions or directives from the editor-in-chief to journalists have been carried out, although not entirely. There are four communication style orientations used by the editor-in-chief of Radar TV Palu, namely action-oriented communication style, process-oriented communication style, people-oriented communication style and idea-oriented communication style. However, of the four communication styles, the most prominent leadership style used by the editor-in-chief of Radar TV Palu is a people-oriented communication style because it is humane, can share feelings and is also based on his experience in the field of journalism or being a journalist so that he can understand every process. by journalists. Meanwhile, in carrying out any instructions or directions given by the editor-in-chief of Radar TV Palu, it has been carried out by journalists, to carry out this is not difficult because the relationship between the editor-in-chief and all journalists is very well established and that also makes it easier for the editor-in-chief in giving directions even though the direction it's not maximally done by journalists.

**Keywords:** Style, Communication, Leader, Organization

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran pemimpin redaksi dalam mengarahkan wartawan mencari berita sehingga mampu menghasilkan berita dengan maksimal serta mengetahui bagaimana wartawan dalam memahami instruksi yang diberikan pemimpin redaksi. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan lokasi penelitian bertempat di Radar TV Palu jalan Yos Sudarso No. 9 Palu. informan dalam penelitian ini berjumlah 4 (empat) informan yang dipilih melalui purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi (partisipan) dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan analisis data kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi pemimpin redaksi pada wartawan di Radar TV Palu memang sudah dilakukan oleh pemimpin redaksi, ini dikarenakan semua instruksi atau arahan dari pemimpin redaksi kepada wartawan sudah dijalankan meskipun tidak secara keseluruhan. Ada empat orientasi gaya komunikasi yang digunakan pemimpin redaksi Radar TV Palu yaitu gaya komunikasi yang berorientasi pada tindakan, gaya komunikasi yang berorientasi pada proses, gaya komunikasi yang berorientasi pada orang dan gaya komunikasi yang berorientasi pada ide. Namun demikian dari keempat gaya komunikasi tersebut, gaya kepemimpinan yang paling menonjol digunakan pemimpin redaksi Radar TV Palu yaitu gaya komunikasi yang berorientasi pada orang karena sifatnya yang humanis, dapat membagi perasaan dan juga didasari pengalamannya di bidang jurnalis atau menjadi seorang wartawan sehingga dapat memahami setiap proses yang dilakukan oleh wartawan. Sementara itu dalam menjalankan setiap instruksi atau arahan yang diberikan pemimpin redaksi Radar TV Palu memang sudah dilakukan oleh wartawan, untuk menjalankan hal tersebut tidaklah sulit karena hubungan pemimpin redaksi dan semua wartawan terjalin dengan sangat baik dan itu pula yang memudahkan pemimpin redaksi dalam memberikan arahnya meskipun arahan itu belum maksimal dilakukan oleh wartawan.

**Kata Kunci:** Gaya, Komunikasi, Pemimpin, Organisasi

## A. PENDAHULUAN

Komunikasi mempunyai ruang lingkup yang luas dan dapat dilakukan dengan berbagai konteks. Salah satu konteks komunikasi yang menarik untuk dikaji adalah konteks komunikasi dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Didalam komunikasi organisasi suatu hubungan itu sangat diperlukan, baik hubungan antara pemimpin dan bawahan, antara bawahan dan bawahan dan dengan publik luar eksternal organisasi. Komunikasi organisasi itu sendiri merupakan komunikasi yang terjadi antara orang-orang yang berada didalam organisasi itu sendiri, juga antara orang-orang yang berada didalam organisasi dengan publik luar. (Soemirat. dkk, 2000:11).

Komunikasi dalam organisasi berperan besar untuk menciptakan hasil yang terbaik dan maksimal. Artinya setiap individu yang terlibat dalam sebuah organisasi membutuhkan komunikasi yang efektif. Mengelola hubungan melalui komunikasi yang efektif dilakukan oleh anggota organisasi dengan lingkungannya merupakan tindakan yang tepat. Komunikasi yang efektif adalah salah satu faktor penting yang dimiliki setiap instansi, baik instansi pemerintahan maupun instansi swasta guna mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Kepemimpinan dan komunikasi adalah dua faktor yang saling berkaitan. Seorang pemimpin organisasi adalah orang yang mempunyai pengaruh, wewenang, dan wibawa dalam menjalankan roda organisasi yang juga ditunjang berbagai aturan, norma, dan budaya organisasi. Pada hakekatnya

komunikasi harus berfungsi sebagai salah satu sistem yang lengkap antara pemimpin dengan bawahan. Komunikasi menjadi alat penghubung antara pemimpin dan bawahan demi terciptanya hubungan yang baik dan tercapainya tujuan dari organisasi tersebut. Kadang penyebab rusaknya hubungan antara individu dalam suatu organisasi misalnya pemimpin dan bawahan atau diantara bawahan itu sendiri kurang komunikasi.

Pada lingkungan instansi Radar TV Palu, peneliti melihat gaya komunikasi yang digunakan oleh pemimpin redaksi kepada wartawan bersifat instruksi. Sebagai seorang pemimpin yang mempunyai peran penting dalam instansi yang dipimpinnya, tentunya selalu dituntut memberikan informasi serta memperhatikan kerja wartawan. Karena gaya komunikasi yang diterapkan pemimpin tentu sangat menentukan keberhasilan instansi tersebut.

Berdasarkan observasi, peneliti memilih objek penelitian di Radar TV Palu karena Radar TV sendiri merupakan salah satu stasiun televisi yang baru mengudara di Sulawesi Tengah. Radar TV berada dibawah naungan group media Jawa Pos dan dibentuk oleh media terbesar di Sulawesi Tengah, yakni harian Radar Sulteng sejak tahun 2011. Jam penayangannya yang cukup lama (10 jam) membuat ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian di instansi ini. Dalam sehari Radar TV memproduksi atau menyiarkan 3 program berita (news), yaitu Radar Siang, Sulteng Hari Ini, dan Radar Malam.

Dalam melakukan observasi, peneliti melihat suasana komunikasi antara pemimpin

redaksi dan wartawan berjalan dengan baik-baik saja. Namun tidak sejalan dengan kinerja wartawan pada saat melakukan atau mencari berita di lapangan. Dalam peliputan di lapangan, wartawan mencari berita seperti alakadarnya (tidak bekerja sepenuh hati) dan memberi batasan sendiri dalam pencarian berita. Dalam mencari berita wartawan dituntut agar dapat menghasilkan berita sebanyak mungkin, namun kadang wartawan yang mencari berita di lapangan justru menekan jumlah berita yang ingin mereka liput, dari pengakuan produser dalam sehari setiap wartawan diberi target sebanyak 3 sampai 4 berita. Namun pada saat melakukan pencarian berita di lapangan sesuai dengan hasil observasi peneliti, wartawan seringkali hanya mendapatkan 2 berita sehingga ini berdampak pada jumlah berita yang akan disiarkan.

Dampaknya seperti berkurangnya durasi berita yang semula durasi 1 program berita seharusnya 30 menit kadang tidak mencapai waktu tersebut. Seperti program Sulteng Hari Ini yang mulai On Air pukul 7 malam kadang harus mundur beberapa menit. Durasi jeda waktu dari segmen 1 ke segmen berikutnya juga diperlama dengan mengisi jeda iklan dengan iklan-iklan program yang dimiliki Radar TV sendiri. Sehingga informasi yang diberitakan oleh program Sulteng Hari Ini menjadi kurang maksimal. Dari sini gaya komunikasi pemimpin redaksi sangat berperan penting bagi wartawan itu sendiri dan instansi yang dipimpinnya. Berdasarkan alasan tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang gaya komunikasi pemimpin redaksi pada wartawan Radar TV Palu.

## **B. Pimpinan dan Gaya Komunikasi**

Setiap organisasi apapun jenisnya pasti memiliki dan memerlukan pimpinan yang menjalankan kegiatan organisasi sebagai satu kesatuan. Pimpinan organisasi dalam suatu instansi maupun perusahaan merupakan orang pertama yang memiliki kewenangan tertentu serta kemampuan untuk mengatur anggota organisasinya. Selanjutnya Kartono (1991:3), mengatakan bahwa pimpinan dalam pengertian luas adalah seorang yang memimpin dengan jalan memprakarsai tingkah laku sosial dengan mengatur, mengarahkan, mengorganisasikan atau mengontrol usaha/upaya orang lain, atau melalui prestise, kekuasaan dan posisi. Dalam pengertian yang terbatas pimpinan ialah seorang yang membimbing, memimpin dengan bantuan kualitas-kualitas persuasifnya dan akseptasi/penerimaan secara sukarela oleh para pengikutnya.

Pemimpin itu mempunyai sifat , kebiasaan, watak, dan kepribadian sendiri yang khas. Sehingga tingkah laku dan gayanyalah yang membedakan dirinya dengan orang lain. Gaya pasti akan selalu mewarnai perilaku dan tipe kepemimpinannya. Sedangkan menurut (Pace dan Pen, 2005:276) “pemimpin adalah orang yang membantu orang lain untuk memperoleh hasil-hasil yang diinginkan”. Pemimpin bertindak dengan cara-cara yang memperlancar produktivitas, moral tinggi, respons yang energik, kecakapan kerja yang berkualitas, komitmen, efisiensi, sedikit kelamahan, kepuasan, kehadiran, dan kesinambungan dalam organisasi.

Gaya komunikasi juga dapat dikatakan sebagai dorongan, cara, sikap, maupun bentuk kekhasan seseorang yang diperlihatkan saat melakukan komunikasi pada orang lain. Liliweri (1994:69), menyimpulkan pendapat Bermann yang mengatakan bahwa pengaruh kebudayaan, adat istiadat, kohesi dalam masyarakat membimbing orang (anggotanya) untuk berkomunikasi berbeda dari suatu komunitas lainnya. Gaya komunikasi itu merupakan gaya retorika yang bertujuan mempertahankan kohesivitas mereka.

Gaya komunikasi merupakan proses perilaku-perilaku verbal dan nonverbal seseorang baik sebagai pengirim pesan maupun penerima pesan. Bovee dan Thill (Prastuti, 2007:107), mengatakan bahwa gaya komunikasi termasuk didalamnya tingkat sikap langsung, derajat formalitas, preferensi tertulis versus lisan, dan faktor lain sangat berbeda-beda dari satu budaya ke budaya lain. Kemudian (Senjaya dkk, 2007:4-15), mengatakan bahwa gaya komunikasi (communication style) didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu (a specialized set of interpersonal behaviors that are used given situation). Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud pengirim (sender) dan harapan dari penerima (receiver).

Komunikasi yang berlangsung dalam organisasi merupakan aspek penting yang

dapat menunjang tercapainya tujuan organisasi. Komunikasi tersebut tidak lepas dari adanya orientasi nilai-nilai yang mempengaruhi cara orang berkomunikasi, karena setiap orang mempunyai kecenderungan tertentu sehubungan dengan orientasi nilainya. Pierre Casee dalam bukunya "Training For The Cross Cultural Mind" (Supratiknya, 1995:33-35) menyebutkan ada empat orientasi nilai besar pengaruhnya kepada cara berkomunikasi:

1. Gaya komunikasi yang berorientasi pada tindakan adalah gaya komunikasi dengan ciri-ciri:

- a. Senang melakukan dan menyelesaikan pekerjaan.
- b. Senang kepada hasil pekerjaan.
- c. Memecahkan persoalan dan memperbaiki sesuatu menjadi kecenderungan.

Orang yang memiliki gaya komunikasi yang berorientasi tindakan ini cenderung berbicara tentang hasil, sasaran/karya, produktifitas, efisiensi, bergerak maju, balikan, pengalaman, tantangan, keberhasilan, tanggungjawab, perubahan dan keperluan. Pada umumnya tipe seperti ini adalah orang-orang yang programatis, langsung ketujuan, tidak sabar, memutuskan, lompat dari pendapat satu ke pendapat lain dan giat (bersemangat).

2. Gaya komunikasi yang berorientasi pada proses adalah gaya komunikasi dengan ciri-ciri:

- a. Fakta.
- b. Senang mengorganisasikan dan membuat struktur serta mampu menyusun strategi dan taktik.

Orang yang memiliki gaya komunikasi yang berorientasi proses ini cenderung berbicara tentang fakta-fakta prosedur, perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, pengujian, analisis, observasi, bukti pencarian dan percobaan. Pada umumnya tipe seperti ini adalah orang-orang yang sistematis, logis, faktual, berbicara panjang lebar, tidak emosional dan sabar.

3. Gaya komunikasi yang berorientasi pada orang adalah gaya komunikasi dengan ciri-ciri:

- a. Senang memusatkan perhatian pada proses sosial.
- b. Seringnya terjadi proses interaksi antara manusia.

Orang tersebut cenderung berbicara tentang orang, kebutuhan, motivasi, kerja sama kelompok, komunikasi, perasaan, semangat kelompok, pengertian, sensitifitas kewaspadaan, kerja sama, kepercayaan, nilai-nilai, harapan-harapan, hubungan dan pengembangan diri. Pada umumnya tipe seperti ini adalah orang-orang yang spontan, dapat membagi perasaan, hangat, subyektif, emosional dan sensitif.

4. Gaya komunikasi yang berorientasi pada ide adalah gaya komunikasi dengan ciri-ciri:

- a. Menyukai konsep, teori, pertukan pikiran dan inovasi.
- b. Adanya kreatifitas.
- c. Senang pada hal-hal baru dan luar biasa.

Orang yang memiliki gaya komunikasi yang berorientasi pada ide ini cenderung berbicara tentang konsep, inovasi, kreatifitas, kesempatan, kemungkinan, perancang besar, isu-isu, saling ketergantungan, cara-cara baru,

persoalan, potensi, alternatif dan sesuatu yang baru dalam satu bidang. Pada umumnya tipe seperti ini adalah orang-orang yang imajinatif, kharismatis, sulit dimengerti, egosentris, tidak realistis, kreatif dan penuh ide.

Orientasi tersebut perlu dicatat sebagai hal-hal berikut:

- a. Setiap orang memiliki keempat orientasi itu.
- b. Setiap orang memiliki orientasi yang menonjol.
- c. Orientasi mana yang penting tergantung situasi yang mengelilingi orang bersangkutan.
- d. Orientasi dipengaruhi oleh kepripadian, latar belakang kebudayaan, pengalaman masa lampau dan keadaan sekarang.
- e. Setiap orang mempunyai kemampuan untuk berganti orientasi tetapi bila terjadi sesuatu yang kritis, pada umumnya orang cenderung untuk kembali ke orientasi lama.

#### **D. Metode Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan tipe penelitian yang bertujuan untuk membuat deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2010:67). Riset ini menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel. Dasar penelitian ini adalah analisis sumber atau studi komunikator. Komunikator yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemimpin redaksi Radar TV Palu. Dipilihnya

pemimpin redaksi karena dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti terkait dengan gaya komunikasi pemimpin redaksi pada wartawan di Radar TV Palu.

Penelitian ini dilaksanakan pada redaksi Radar TV Palu yang bertempat di jalan Yos Sudarso No. 9 Palu. alasan pemilihan lokasi penelitian tersebut dikarenakan Radar TV merupakan salah satu stasiun televisi yang masih sangat mudah di kota Palu. adapun yang menjadi fokus penelitian ini adalah gaya komunikasi pemimpin redaksi pada wartawan.

Objek penelitian ini adalah bagaimana gaya komunikasi pemimpin redaksi pada wartawan di Radar TV Palu. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui bagaimana proses komunikasi yang berjalan antara pemimpin redaksi kepada wartawan sehingga mampu menunjang kinerja wartawan pada saat melakukan peliputan dilapangan.

Subjek penelitian ini adalah informan yang dipilih melalui purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel/informan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2011:85). Untuk menjawab permasalahan dalam penelitian, peneliti memilih dan menentukan informan sebanyak 4 orang, yakni Muhammad Iqbal selaku pemimpin redaksi dan Heri Susanto (produser merangkap sebagai wartawan), Jemmy Henrik, Darmawan sebagai wartawan di Radar TV Palu.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini secara umum diklasifikasikan atas dua data, yakni jenis data primer dan sekunder. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber

atau informan (Ruslan, 2003:138), dengan menggunakan teknik observasi partisipan (dilakukan pengamatan sekaligus turut serta dalam melakukan peliputan bersama wartawan di lapangan) dan wawancara bersama pemimpin redaksi dan 3 (tiga) wartawan yang dimana informan tersebut dapat menjawab penelitian ini. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau dihasilkan pihak lain (Ruslan, 2003:138), seperti informasi teoritis melalui perpustakaan, dengan sumber-sumber dari buku, website, dan juga bahan-bahan lain yang berhubungan dengan penelitian. Adapun dalam penelitian ini sebagian didapatkan dari dokumen Radar TV Palu sehingga dapat membantu menjawab penelitian ini.

Teknik pengumpulan data maupun informasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah: observasi partisipan adalah metode observasi dimana peneliti juga berfungsi sebagai partisipan atau ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan kelompok yang diriset, apakah kehadirannya diketahui atau tidak (Kriyantono, 2010:112), wawancara, wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai untuk memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Adapun wawancara tersebut dengan mengumpulkan semua data tentang gaya komunikasi pemimpin redaksi.

Teknik atau metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kualitatif, yaitu digunakan

apabila data-data yang terkumpul dalam penelitian adalah data kualitatif berupa kalimat-kalimat atau narasi, baik yang diperoleh dari wawancara maupun observasi (Kriyantono, 2010:196). Metode ini dilakukan, agar dapat mempermudah penulis dalam menganalisis dan memaparkan sejumlah hasil wawancara. Adapun langkah-langkah yang ditempuh dalam melakukan analisa data (Usman dan Akbar, 2003:66), sebagai berikut :

1. Pengumpulan data, baik data hasil observasi (pengamatan), dokumentasi maupun data dari hasil wawancara mendalam,
2. Reduksi data yakni memilih hal hal pokok dari data yang telah terkumpul yang sesuai dengan masalah penelitian ini. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama proses penelitian berlangsung,
3. Display data yakni menyajikan data dalam bentuk narasi, matrik, network, chart, grafik, tabel, gambar, dan sebagainya,
4. Pengambilan keputusan dan verifikasi. Hasil kesimpulan dan verifikasi ini akan diarahkan pada pemaparan saran dan rekomendasi.

#### **E. Hasil Penelitian**

Setiap organisasi baik profit maupun nonprofit tentu sangat memerlukan kedisiplinan yang baik dan kemampuan untuk bertindak secara terbuka dalam proses komunikasi. Terbuka dalam berkomunikasi artinya terjadi arus informasi secara timbal balik antara pemimpin redaksi dan wartawan. Komunikasi yang baik dalam segi waktu dan pekerjaan maupun tanggungjawab atas tugas yang diemban merupakan faktor penting yang harus dilakukan dan dijaga agar tetap terlaksana dengan efektif. Ketika proses

komunikasi berjalan dengan efektif serta kedisiplinan tetap terjaga, maka pencapaian tujuan-tujuan organisasi bisa terlaksana dengan baik pula. Ini tentunya berkaitan dengan gaya komunikasi pemimpin redaksi pada wartawan di Radar TV Palu.

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan atau observasi secara langsung, serta mengumpulkan data ataupun informasi melalui teknik wawancara terhadap informan yang menurut peneliti mampu memberikan informasi akurat yang berkaitan dengan penelitian ini.

##### **a. Gaya Komunikasi Yang Berorientasi Pada Tindakan**

Dalam suatu perusahaan media massa, tentunya harus memberikan penyajian informasi yang berkualitas dan pemimpin yang bisa memberikan kebijakan-kebijakan untuk mengangkat semangat kerja para wartawan. Sehubungan dengan hal itu pemimpin redaksi Radar TV Palu telah melakukan beberapa hal. Diantaranya dengan pemberian instruksi, seperti yang diungkapkan oleh Muhammad Iqbal selaku pemimpin redaksi :

*“Dalam proses pencarian berita, pemimpin redaksi biasanya memberikan instruksi dalam rapat redaksi yang digelar setiap minggu. Namun selain itu, saran dan instruksi juga dilakukan dalam grup-grup komunikasi internal redaksi. Biasanya, pemimpin redaksi mengarahkan liputan dan memberikan petunjuk untuk melakukan follow up. Usulan-usulan liputan diajukan oleh para wartawan secara independen melalui proses listing yang dilakukan setiap hari (umumnya sebelum turun ke lapangan melakukan peliputan). Setelah itu, editor produser dan pemimpin redaksi akan mempertimbangkan nilai usulan berita,*

*apakah layak dilanjutkan atau ditunda karena nilai beritanya yang kecil. Jika disetujui, pemimpin redaksi biasanya mengarahkan angle pemberitaan termasuk pihak-pihak yang dianggap penting untuk menjadi narasumber.” (wawancara, 2 Januari 2017)*

Dengan mengarahkan dan memberi petunjuk pada wartawan, ini ditujukan agar para wartawan mampu menjalankan tugasnya dengan maksimal, kadang juga ada beberapa usulan langsung yang diberikan oleh wartawan secara independen melalui proses listing atau daftar berita sehingga jika usulan itu layak untuk diliput dan mempunyai nilai berita yang kuat, maka pemimpin redaksi dan produser langsung mengarahkan angle atau sudut pandang pemberitaan termasuk pihak-pihak yang dianggap penting untuk menjadi narasumber.

Memahami setiap instruksi yang diberikan pemimpin redaksi tidaklah sulit. Sebagai seorang wartawan sekaligus orang yang dipercayai untuk menjadi penanggung jawab berita (produser), Heri Susanto dan wartawan biasanya melakukan rapat internal kerja, dari sinilah pemimpin redaksi memberikan instruksinya. Seperti yang diungkapkannya sebagai berikut :

*“Untuk memahami instruksi dari pemimpin redaksi tidak sulit. Mungkin karena sudah lama bekerja sama jadi menurut saya mudah saja. Kebetulan saya juga dipercayakan untuk membawahi atau menjadi penanggungjawab news (berita). Jadi contohnya setiap hari jumat kami melakukan rapat internal untuk wartawan, hasil dari rapat itu terus saya sampaikan kepada pemimpin redaksi dan kemudian pemimpin redaksi menambahkan masukannya dan juga memberikan instruksi jika ada isu-isu yang menurutnya bagus untuk diliput.” (wawancara, 20 Desember 2016).*

Darmawan selaku wartawan juga menambahkan komentarnya berhubungan

dengan cara memahami instruksi atau arahan dari pemimpin redaksi seperti berikut ini :

Untuk memahami instruksi dari pemimpin redaksi biasanya kami bergerak sesuai yang diinstruksikan, saya rasa seperti itu karena menurut saya pemimpin tahu bagaimana cara memberikan instruksinya kepada kami. Tapi didalam instruksinya pemimpin redaksi selalu menekankan kepada kami agar selalu berhati-hati dan selalu memberikan berita yang fakta sesuai di lapangan, karena tidak menutup kemungkinan sesuatu bisa terjadi kepada kita bahkan yang kita tidak inginkan. Contohnya seperti aksi demo terkait dengan penistaan agama yang dilakukan oleh Ahok atau Basuki Cahya Purnama pada 4 november kemarin. Dimana salah satu reporter dari Metro TV dijaili dan sebagainya dikarenakan informasi yang diberikan tidak sesuai dengan fakta di lapangan. Karena itu pemimpin redaksi menekankan kepada kami untuk selalu berhati-hati dan berikanlah informasi sesuai yang kami temukan dilapangan. (wawancara, 20 Desember 2016).

Pemberian instruksi oleh pemimpin redaksi lebih menekankan untuk selalu memberitakan berita yang sesuai fakta dan akurat. ini dimaksudkan guna untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan oleh wartawan itu sendiri dan tentunya untuk perusahaan.

Pemimpin redaksi juga memberikan standar-standar yang harus dipenuhi pada saat melakukan peliputan di lapangan. Diantaranya seperti kelengkapan alat liputan dan etika jurnalis pada saat bertemu atau mengambil informasi dari narasumber, ini

ditujukan agar wartawan mampu menghasilkan berita yang berkualitas dan tentu saja sesuai dengan fakta di lapangan. Seperti yang diungkapkan pemimpin redaksi, bahwa :

“Dalam proses pemberian instruksi liputan kepada wartawan, redaksi memberikan standar kerja untuk wartawan. Diantaranya para wartawan harus tetap menjunjung tinggi kode etik jurnalis ketika berada di lapangan, kelengkapan alat juga sangat diperhatikan karena dari situlah setiap wartawan dapat mengumpulkan atau menyimpan setiap informasi yang mereka temukan di lapangan untuk kemudian diolah kembali. dalam proses peliputan, wartawan harus benar-benar menyajikan berita yang fakta dan bukan fitnah. Para wartawan juga diminta untuk tetap berimbang (cover both side) dalam menyajikan berita sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan oleh pemberitaan tersebut. Selain itu, dalam menentukan topik liputan, para wartawan harus benar-benar memastikan bahwa nilai berita (news value) layak untuk ditayangkan.” (wawancara, 2 Januari 2017).

Setiap pekerjaan sudah pasti memiliki tanggungjawab masing-masing. Sama halnya dengan para wartawan yang ditugaskan untuk mencari berita di lapangan, wartawan akan terlihat bijak jika dalam setiap peliputan mampu menghasilkan atau memberitakan suatu informasi dengan kejujuran serta dapat mempertanggungjawabkan hasil liputannya. Seperti yang telah dijelaskan pemimpin redaksi sebagai berikut :

“Dalam proses pembuatan berita khususnya untuk televisi, ada beberapa perbedaan tugas dibandingkan dengan jurnalisme media cetak, di media televisi, para jurnalis dituntut untuk bekerja secara berkelompok, oleh Karena itu wartawan televisi dituntut untuk bertanggungjawab menyajikan gambar yang sesuai dengan narasi sehingga editor tidak perlu bekerja keras. Selain itu, para wartawan diingatkan bahwa setiap berita yang disajikan memiliki

*tanggungjawab moral yang tinggi sehingga harus menyajikan fakta agar pemirsa/pendengar tidak merasa dibohongi oleh berita tersebut. Selain itu, wartawan juga diminta untuk bijak memilih topik berita termasuk memikirkan efek dari pemberitaan tersebut.” (wawancara, 2 Januari 2017).*

Dalam hal ini, arahan atau instruksi yang diberikan pemimpin redaksi pada wartawan berjalan dengan semestinya. Wartawan memahami apa yang yang telah menjadi instruksi dari pemimpin redaksi dan ini diharapkan agar wartawan lebih mudah untuk melaksanakan tugas di lapangan.

#### b. Gaya Komunikasi Yang Berorientasi Pada Proses

Dalam pelaksanaan proses peliputan, tentunya ada strategi-strategi yang harus dijalankan dan disini pemimpin redaksi tidak sepenuhnya ikut serta dalam pembuatan strategi. Namun sebagai pemimpin redaksi tentunya harus memberikan arahan-arahan pada wartawan saat melakukan peliputan di lapangan. Seperti yang diungkapkan oleh Heri Susanto selaku wartawan di Radar TV Palu berikut ini :

“Kalau strategi itu termasuk bagaimana cara kita untuk mendapatkan berita yang baik dan memanfaatkan jaringan kita. Dari situ pemimpin redaksi biasanya memberikan arahnya, kemana kita pergi dan siapa yang harus kita temui di lapangan.” (wawancara, 20 Desember 2016).

Bisa dilihat bahwa setiap pekerjaan yang akan dilakukan tentunya perlu masukan dan arahan. Terlebih lagi jika bekerja di perusahaan media massa. Karena setiap arahan yang diberikan merupakan modal besar pada saat melakukan peliputan di lapangan seperti yang telah dilakukan oleh pemimpin redaksi di Radar TV Palu.

Dalam pencarian berita di lapangan tentunya ada target berita yang harus dicapai dalam sehari. Sebab pencapaian berita itu sangat penting dan akan mempengaruhi jam tayang dari program berita tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Heri Sasanto selaku produser sekaligus wartawan bahwa :

*"Untuk target itu suda pasti ada, kalau kami disini biasanya diberikan target dalam sehari bisa mencapai 3 sampai 4 berita perwartawan agar dapat memenuhi kebutuhan program berita yang ada disini, sehingga itu sangat diwajibkan bagi setiap wartawan." (wawancara, 20 Desember 2016).*

Jadi setiap wartawan di Radar TV diberikan taget 3 sampai 4 berita untuk setiap harinya, ini dimaksudkan agar kebetuhan berita yang ada di Radar TV Palu dapat terpenuhi dengan maksimal.

Jika berbicara tentang target berita yang harus dipenuhi dalam sehari, tentu adapula wartawan yang tidak dapat mencapai target berita itu, sehingga ada dampak yang timbul dari kurangnya berita tersebut. Seperti berkurangnya jam tayang suatu berita, sehubungan dengan hal itu Heri Susanto menjelaskan bahwa :

*"Kalau untuk dampak dari tidak terpenuhinya target itu, jelas akan berpengaruh pada program berita yang akan ditayangkan, seperti berkurangnya jam tayang berita dan tentunya ini menjadi hal yang paling tidak inginkan. Sebab jika berita yang masuk tidak memenuhi target otomatis akan mengurangi minat masyarakat dalam menyaksikan berita dari kami. Jadi kami sangat menekankan dengan hal itu sehingga informasi-informasi yang kami berikan dapat memuaskan atau memenuhi kebutuhan masyarakat." (wawancara, 20 Desember 2016).*

Dengan begitu penekanan jumlah berita memang sangat ditekankan untuk setiap wartawan dengan maksud agar program berita tidak mengalami kemunduran jam

tayang dan minat masyarakat untuk menyaksikan program berita Radar TV Palu tidak menurun.

Redaksi Radar TV Palu juga memberikan batas pengumpulan berita atau deadline bagi para wartawan. Ini dimaksudkan agar terpenuhinya jam tayang suatu berita. Seperti yang diungkapkan Heri Susanto selaku wartawan :

*"Untuk deadline berita biasanya kami paling lambat mengumpulkan pukul 16.30 wita. Peraturan ini memang secara tertulis tidak ada, tetapi karena pemimpin redaksi sering menekankan pada jam tayang berita yang tidak boleh mundur. Jadi teman-teman wartawan biasanya berkonsultasi dengan saya selaku produser sekaligus wartawan. Berita yang masuk juga masih bersifat berita mentah jadi harus diolah kembali sehingga bisa menjadi kesatuan berita baik dan benar." (wawancara, 20 Desember 2016).*

Deadline dalam perusahaan media massa sudah pasti ada, itu dimaksudkan agar wartawan mampu bekerja secara sistematis dan profesional. Selain itu berita yang masuk ke redaksi juga masih harus di edit sehingga bisa menjadi satu kesatuan berita yang baik. Seperti yang dijelaskan Jemmy Hendrik selaku wartawan, bahwa :

*"Iya, kalau kami wartawan biasanya diberikan waktu paling lambat untuk memasukan berita yaitu pukul 16.30 wita tergantung dari produsernya. Karena setelah memasukan berita masih banyak langkah-langkah yang harus dilakukan, seperti membuat naskah, edit naskah, dubbing, dan edit gambar beserta naskahnya sebelum berita itu disebarakan ke pemirsa." (wawancara, 20 Desember 2016).*

Sementara itu untuk mengatasi masalah kekurangan berita pada saat penyiaran, redaksi biasanya menambah jumlah iklan sehingga dalam setiap durasi berita yang akan disiarkan atau dinformasikan kepada

masyarakat dapat tertutupi dengan iklan tersebut walaupun sebenarnya tidak efektif.

Untuk menunjang keberhasilan perusahaan yang dipimpinnya, pemimpin redaksi juga menjadwalkan rapat disetiap akhir pekan. Bukan hanya untuk rapat keseluruhan tetapi juga rapat internal untuk para wartawan, sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Jemmy Hendrik :

*"Iya kami sering melakukan rapat kerja, dalam seminggu kami rapat 2 kali yaitu hari jumat dan sabtu. kami sebagai wartawan biasanya melakukan rapat hari jumat untuk mengevaluasi kerja selama seminggu ini dan perencanaan kerja untuk minggu berikutnya. Rapat keseluruhannya itu hari sabtu." (wawancara, 20 Desember 2016).*

Keikutsertaan pemimpin dalam setiap pekerjaan atau menanamkan disiplin tentunya sangat dibutuhkan dalam suatu perusahaan. Ini dapat dinilai dari aktifnya seorang pemimpin redaksi didalam melakukan rapat kerja yang sifatnya untuk pembentukan karakter sehingga apa yang diinginkan pemimpin redaksi dan wartawan berjalan searah.

### c. Gaya Komunikasi Yang Berorientasi Pada Orang

Setiap perusahaan tentunya ada pemimpin yang memimpin didalamnya. Pemimpin yang bijaksana sudah pasti mengetahui cara berorganisasi yang baik dan mampu mengangkat motivasi dan semangat kerja dari wartawan sehingga dapat menghasilkan berita-berita dengan maksimal. Seperti yang dijelaskan Muhammad Iqbal selaku pemimpin redaksi :

*"Proses memotivasi dan meningkatkan semangat kerja wartawan biasanya dilakukan dengan pemberian arahan dalam rapat-rapat mingguan internal redaksi.*

*Dalam proses pengarahan itu para wartawan biasanya diingatkan mengenai profesionalisme kerja jurnalis, serta bagaimana mereka melaksanakan sebuah profesi mulia yakni menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Para wartawan juga biasanya dimotivasi dengan mengingatkan bahwa profesi jurnalis adalah profesi yang dilakukan oleh tidak banyak orang. Mereka juga diingatkan bahwa untuk menjadi jurnalis, tidak hanya membutuhkan keahlian namun juga butuh kepekaan sosial yang tinggi. Selain itu, agar wartawan semakin termotivasi untuk melakukan peliputan, redaksi memberi kebebasan seluas-luasnya kepada wartawan untuk memilih topik liputan." (wawancara, 2 januari 2017).*

Dengan begitu setiap pekerjaan tentunya akan berjalan dengan baik. Selain mengangkat semangat dan motivasi bekerja wartawan, pemimpin yang baik sudah pasti mengetahui cara berorganisasi yang baik pula, ini dilihat dari seberapa sering terjadi miskomunikasi antar pemimpin redaksi dan wartawan. Untuk di lingkungan Radar TV pemimpin redaksi dikenal sangat bijaksana. Seperti yang diungkapkan Heri Susanto sebagai berikut :

*"Kalau diinternal kita Radar TV, pemimpin redaksi sangat bijaksana, contohnya dalam hal pengambilan keputusan, jika ingin mengambil sebuah keputusan dia selalu mengadakan rapat untuk mengetahui pendapat dari semua bawahannya. Tidak ada yang dibeda-bedakan dan semua karyawan disamaratakan, Kalaupun ada salah seorang dari kami yang mendapat tegurannya itu murni dari kesalahan pribadi bukan karena tidak bijaksana atau arogan." (wawancara, 20 Desember 2016).*

Berbicara tentang kebijaksanaan seorang pemimpin tentunya sejalan dengan bagaimana wartawan melihat sifat pribadi dari seorang pemimpinnya. pemimpin akan dinilai baik oleh wartawan jika mampu menciptakan suasana yang baik dan pandai memposisikan diri di lingkungannya. Seperti yang diungkapkan oleh Darmawan bahwa :

*"Iya, pemimpin redaksi sering sekali berbaur dengan kami, bukan hanya wartawan tetapi semua karyawan yang ada disini. Itu sangat saya rasakan, kami juga sering menghabiskan kopi dan bercanda bersama. Kami seperti tak ada jarak walaupun sebenarnya dia adalah pemimpin kami." (wawancara, 20 Desember 2016).*

Mampu beradaptasi dan mengakrabkan diri dengan bawahan tentunya merupakan hal utama dalam menjalin hubungan yang baik. Sebagaimana yang diungkapkan Jemmy Hendrik :

*"Iya pemimpin disini sangat sering berbaur dengan kami. Bahkan pada saat kami liputan di lapangan pemimpin redaksi terkadang ikut mendampingi walaupun hanya sesekali saja, jadi saya pribadi merasa suasananya sangat bagus, bisa dibilang kami disini semua sangat akrab dengan pemimpin redaksi." (wawancara, 20 Desember 2016).*

Pemimpin redaksi memang merupakan orang yang paling berpengaruh di perusahaan, dengan sikap yang bijaksana tentunya dapat menjaga hubungan dengan semua bawahan. Namun dibalik sikap santainya pemimpin redaksi juga merupakan orang tegas dalam segala hal. Terkait dengan pendapat diatas, pemimpin redaksi juga memberikan sanggahannya bahwa :

*"Iya kalau berbaur itu sudah pasti, saya rasa bukan hanya saya saja yang melakukan hal seperti ini karena setiap perusahaan apalagi yang bergerak dibidang jurnalis sudah pasti melakukan hal yang sama dengan saya, ini untuk menjaga hubungan saya dengan wartawan agar tak ada kesenjangan diantara kami dan juga ini merupakan cara terbaik untuk menjaga kesulitan kami didalam maupun diluar kantor." (wawancara, 2 Januari 2017).*

Suatu perusahaan media massa tentunya ingin mencapai keberhasilan, itu bisa dilihat dari bagaimana cara pemimpin redaksi menjaga komunikasi dengan wartawan. Contohnya tidak menjaga jarak, arogan kepada wartawan, ataupun mengekang setiap

tindakan wartawan pada saat liputan. Karena dengan begitu semua wartawan akan merasa diperlakukan dengan baik dan tentunya akan menunjang keberhasilan pada saat liputan di lapangan. Seperti yang dijelaskan Heri Susanto bahwa :

*"Kalau menekan sikap kami saya rasa tidak, karena selama ini saya belum pernah merasakan dan melihatnya bersikap seperti itu. Justru menurut pengalaman saya pemimpin redaksi disini itu unik, dia membebaskan kami untuk mencari berita apa saja tetapi harus memenuhi standar-standar berita. Seperti nilai berita, kode etik jurnalis, dan berita harus akurat. Pemimpin kami orang santai tetapi terukur. Kalau ada yang salah pasti ditegur, kalau ada yang bermasalah terkait liputan di lapangan beliau juga sering mencarikan solusi bahkan turun langsung untuk menanganinya." (wawancara, 20 Desember 2016).*

Pemimpin redaksi memang tidak menekan setiap tindakan dari wartawan, namun pemimpin redaksi merupakan sosok yang tegas dalam setiap pekerjaan, pemimpin redaksi akan langsung bereaksi jika ada salah seorang dari wartawan yang melakukan kesalahan dengan menegur wartawan yang bersangkutan. Pemimpin redaksi merupakan orang yang humanis tetapi memiliki ketegasan.

Selain itu pemimpin redaksi juga merupakan orang yang mampu bekerja sama dengan baik pada semua wartawan, contohnya seperti saling memberi masukan diantara pemimpin redaksi dan wartawan sebagaimana yang telah diungkapkan Heri Susanto bahwa :

*"Kalau berbicara tentang kerja sama, tentu saja pemimpin redaksi disini merupakan orang yang mampu bekerja sama dengan kami semua para wartawan. Beliau tidak sungkan untuk mendengarkan keluhan ataupun masukan dari kami terkait pekerjaan. Begitupun sebaliknya, kami juga menerima masukan yang beliau berikan*

*pada kami.” (wawancara, 20 Desember 2016).*

#### d. Gaya Komunikasi Yang Berorientasi Pada Ide

Sementara untuk tantangan-tantangan dalam melaksanakan tugas di Radar TV Palu, pemimpin redaksi tidak terlalu menekankan itu, hanya saja lebih mengarah kearah perbaikan diri bagi wartawan. Pemimpin redaksi selalu memberi arahan dalam setiap peliputan, pemimpin redaksi juga tidak membatasi ruang gerak wartawannya dalam peliputan di lapangan selama itu masih dalam tahap-tahap yang telah ditentukan.

Seperti yang telah diungkapkan Heri Susanto mengenai tantangan yang diberikan oleh pemimpin redaksi pada saat liputan di lapangan. Bahwa :

*“Iya, kalau tantangan itu mungkin dalam hal perbaikan kualitas dan tampilan kita. Salah satunya on came untuk teman-teman reporter dan menurut saya itu juga sebuah tantangan bagaimana kita melatih pengembangan diri kita” (wawancara, 20 Desember 2016).*

Tantangan dan ide dari pemimpin redaksi akan berjalan sesuai dengan yang diinginkan jika ide tersebut mampu diterapkan wartawan pada saat di lapangan. Pemimpin yang cerdas sudah pasti memiliki banyak ide, ini bisa dilihat dari pengalaman bekerja dibidang jurnalistik. Seperti yang diungkapkan oleh Darmawan bahwa :

*“Kalau persoalan ide kreatif, selama saya bekerja disini pemimpin redaksi selalu mempunyai itu. Mungkin karena dia sudah sangat lama menjadi seorang jurnalistik dan dia juga merupakan ketua AJI Palu (Aliansi Jurnalis Independen), jadi kalau untuk ide-ide kreatif pasti ada dan selalu diberikan kepada kami sehingga mampu menunjang keberhasilan di lapangan”.d (Tanggal wawancara, 20 Desember 2016).*

## F. Pembahasan

Pemimpin redaksi Radar TV Palu merupakan orang yang dipercayayai untuk membawahi sekaligus mengontrol setiap tindakan yang akan dikerjakan setiap bawahannya dalam hal ini wartawan. Pemimpin redaksi Radar TV Palu juga dituntut agar dapat menjalankan perusahaan yang dipimpinnya dengan baik sehingga gaya komunikasi yang digunakan sangat mempengaruhi semua kegiatan yang ada didalamnya.

Dalam proses komunikasinya, pemimpin redaksi Radar TV Palu menggunakan beberapa gaya komunikasi untuk menjalin hubungan yang baik pada semua wartawan seperti gaya komunikasi yang berorientasi pada tindakan, gaya komunikasi yang berorientasi pada proses, gaya komunikasi yang berorientasi pada orang dan gaya komunikasi yang berorientasi pada ide. Dari keempat gaya komunikasi yang digunakan pemimpin redaksi Radar TV Palu memang tidak semuanya dapat ditonjolkan secara jelas tetapi berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, bahwa dari gaya komunikasi tersebut ada gaya komunikasi yang paling dominan atau paling menonjol yang digunakan pemimpin redaksi Radar TV Palu dalam memimpin perusahaan tersebut.

Dalam konteks gaya komunikasi yang berorientasi pada tindakan, pemimpin redaksi Radar TV Palu lebih menekankan kepada instruksi yang diberikannya kepada semua wartawan, ini bertujuan agar setiap pekerjaan mampu dijalankan dengan maksimal. Selain instruksi dan arahan pemimpin redaksi Radar TV Palu juga sangat menekankan kepada

wartawan agar bisa mempertanggungjawabkan setiap berita yang didapatkan pada saat liputan di lapangan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan atas berita tersebut. Melalui gaya komunikasi yang berorientasi pada tindakan, pemimpin redaksi Radar TV Palu dapat mengontrol setiap tindakan yang dilakukan wartawan pada saat melakukan peliputan di lapangan.

Sementara itu jika berbicara tentang gaya komunikasi yang berorientasi pada proses, pemimpin redaksi Radar TV Palu tidak banyak terlibat dalam proses pembuatan strategi, namun ada pula beberapa usulan-usulan yang melibatkannya. pemimpin redaksi Radar TV Palu juga merupakan orang yang mampu berorganisasi dengan baik sehingga memudahkannya dalam memberikan masukan atau arahan kecil kepada wartawan tanpa harus mengadakan rapat kerja secara formal. Selain itu pemimpin redaksi Radar TV Palu merupakan orang yang cenderung berbicara tentang fakta yang sesuai dengan apa yang didapatkan di lapangan, olehnya pemimpin redaksi Radar TV Palu sangat mengharapkan setiap berita yang masuk kedalam redaksi merupakan berita yang nyata. Wartawan sendiri merupakan orang yang bertugas dalam pencarian berita untuk dikembangkan sehingga mampu menjadi satu kesatuan berita yang akan diinformasikan kepada masyarakat luas.

Jika berbicara dalam konteks gaya komunikasi yang berorientasi pada orang tidak terlepas dari sifat pemimpin redaksi, peneliti melihat di Radar TV Palu pemimpin redaksi merupakan orang yang mampu mengayomi seluruh bawahannya dalam hal

ini wartawan. Tidak hanya itu dalam konteks ini juga pemimpin redaksi Radar TV Palu dapat mengangkat motivasi kerja, memberi semangat dan tanggung jawab kerja kepada semua wartawan sehingga dapat meningkatkan lagi kualitas yang ada pada diri wartawan, Mudah bergaul, pandai menempatkan posisi dan berimbang juga menjadi satu kunci pemimpin redaksi Radar TV Palu untuk mengubah setiap perilaku wartawan, setiap tindakannya dinilai sangat bijaksana oleh wartawan dan kerja sama kelompok tentunya turut berperan penting dalam menciptakan suasana yang nyaman bagi keduanya. Ini juga bertujuan agar pemimpin redaksi Radar TV Palu mampu mengatur, membimbing, mengarahkan dan mengontrol setiap kinerja wartawan melalui kekuasaan yang dimilikinya. Namun meskipun memiliki kekuasaan, pemimpin redaksi Radar TV Palu tidak pernah menekan sikap dan tindakan wartawan yang melakukan peliputan sehingga dapat mengurangi kesalahpahaman antara pemimpin redaksi dan wartawan. Kurangnya kesalahpahaman diantara keduanya menjadi patokan peneliti untuk menilai sifat dari pemimpin redaksi tersebut. Pemimpin redaksi Radar TV Palu merupakan orang yang mampu mengontrol setiap pekerjaan untuk memperoleh hasil yang maksimal dengan meminimalisir setiap kesalahan yang akan terjadi.

Dalam konteks komunikasi yang berorientasi pada ide, pemimpin redaksi Radar TV Palu juga merupakan orang yang berperan penting dalam pembuatan strategi dan ide-ide peliputan meskipun sifatnya lebih mengarah kepada pengembangan diri dari

wartawan, contohnya seperti memberikan arahan on came atau menjadi reporter. Ini ditujukan agar wartawan mampu mengembangkan lagi kemampuan yang dimilikinya. Pemimpin redaksi Radar TV Palu juga memberi kebebasan bagi setiap wartawan dalam mencari berita di lapangan, sifat profesionalisnya juga ditunjukkan dengan tidak menekan setiap tindakan dari wartawan dan tidak membedakan setiap wartawan. Jika ada yang ditegur olehnya, itu murni karena kelalaian atau kesalahan dari wartawan tersebut. Disamping itu pemimpin redaksi Radar TV Palu juga merupakan orang yang sangat humanis kepada setiap wartawan, bisa dilihat dari kurangnya kesalahpahaman yang terjadi di organisasi tersebut.

Selain pemberian arahan, pemimpin redaksi Radar TV Palu juga selalu mengingatkan kepada semua wartawan agar lebih berhati-hati dalam proses peliputan karena tidak menutup kemungkinan hal-hal yang tidak diinginkan bisa terjadi. Pandai membaca situasi juga menjadi kunci untuk wartawan dalam pencarian berita. Penekanan ini dilakukan pemimpin redaksi Radar TV Palu semata untuk mengingatkan bahwa pentingnya keselamatan dalam setiap pekerjaan. Faktor pengalaman yang dimiliki pemimpin redaksi Radar TV Palu memang sangat berperan penting, tidak hanya sebagai masukan ataupun ide-ide tetapi juga sebagai penunjuk arah untuk para wartawan ketika berada di lapangan.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, peneliti melihat bahwa gaya komunikasi yang paling menonjol dari keempat gaya komunikasi yang digunakan pemimpin

redaksi Radar TV Palu adalah gaya komunikasi yang berorientasi pada orang, sebab dari keempat orientasi gaya komunikasi tersebut pemimpin redaksi lebih cenderung berbicara tentang orang, kebutuhan, motivasi, perasaan, kepercayaan, emosional dan pengembangan diri. Dari situ setiap proses pekerjaan yang dilakukan pemimpin redaksi Radar TV Palu dan wartawan mampu berjalan dengan baik sehingga dapat menghasilkan berita yang baik dan akurat. Gaya komunikasi yang berorientasi pada orang memang cocok dengan pribadi pemimpin redaksi Radar TV Palu karena memiliki latar belakang dan pengalaman menjadi seorang wartawan sebelum diangkat menjadi pemimpin redaksi sehingga lebih cenderung dapat membagi perasaannya, spontanitas, hangat dan subjektif kepada seluruh wartawan.

## **G. Kesimpulan**

Setelah melihat hasil pembahasan sebelumnya yaitu gaya komunikasi pemimpin redaksi pada wartawan di Radar TV Palu memang sudah dilakukan oleh pemimpin redaksi, ini dikarenakan semua instruksi atau arahan kepada wartawan sudah dijalankan meskipun tidak secara keseluruhan. Dalam menggunakan gaya komunikasi, pemimpin redaksi menggunakan beberapa orientasi gaya komunikasi didalam organisasinya yaitu gaya komunikasi yang berorientasi pada tindakan, gaya komunikasi yang berorientasi pada proses, gaya komunikasi yang berorientasi pada orang dan gaya komunikasi yang berorientasi pada ide. Namun demikian dari keempat gaya komunikasi tersebut, gaya kepemimpinan yang paling menonjol

digunakan pemimpin redaksi Radar TV Palu adalah gaya komunikasi yang berorientasi pada orang karena didasari pengalamannya di bidang jurnalis atau menjadi seorang wartawan sehingga dapat memahami setiap proses yang dilakukan oleh wartawan.

Dalam menjalankan setiap instruksi atau arahan yang diberikan oleh pemimpin redaksi Radar TV Palu memang sudah dijalankan oleh wartawan, untuk menjalankan hal tersebut tidaklah sulit karena hubungan pemimpin redaksi dan semua wartawan terjalin dengan sangat baik dan itu pula yang memudahkan pemimpin redaksi dalam memberikan arahnya meskipun arahan itu belum maksimal dilakukan oleh wartawan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied 1998, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Rajagrafindo persada.
- Devito, Joseph 1997, *Komunikasi Antar Manusia, Kuliah Dasar*, Jakarta: Professional books.
- Djuroto 2000, *Menejemen Penerbitan Pers*, Jogjakarta: PT. Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Onong, Uchjyana 2005, *Ilmu, Teori, dan Filasafat Komunikasi*, Jakarta: PT. Citra Aditya Bakti.
- Kartono, Kartini 1991, *Pimpinan dan Kepemimpinan*, Jakarta: CV. Rajawali.
- Liliweri, Alo 1994, *Perspektif Teoritis Komunikasi Antar Pribadi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Moenir 1988, *Peranan Kepemimpinan, Teknik dan Keberhasilannya*, Jakarta: Bina Aksara.
- Muhammad, Arni 2000, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Pace dan Pen. M 2005, *Komunikasi Organisasi (Strategi Meningkatkan Kerja Perusahaan)*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Rohim, Syaiful 2009, *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Senjaya, dkk 2007, *Definisi Organisasi*, Jakarta: Universitas Terbuka.
- Soemirat, dkk 2000, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Universitas Terbuka.
- Supratiknya 1995, *Komunikasi antar pribadi*, Jogjakarta: Kanisius.
- Vardiansyah, Dani 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widjaja 1993, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Radar Jaya Offset. Bina Aksara.
- Wiryanto 2005, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Grasindo.
- Kriyantono, Rachmat 2010, *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada.
- Moleong, Lexy 2006, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady 2003, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono 2011, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: ALFABETA.
- Usman, Husaini dan Setiady, Akbar 2003, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara.