
Praktik-praktik Komunikasi Kelompok dalam Memproduksi Acara *Popnews* pada KompasTV

Arbi Cristional Lokananta¹, Bintarto Wicaksono¹, Artyasto Jatisidi¹, Haronas Kutanto¹

¹Universitas Budi Luhur

Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta 12260 - Indonesia

*Corresponding author: arbi.lokananta@budiluhur.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.25008/jpi.v4i2.115>

Submitted: 22 Agustus 2022 Revised: 19 Oktober 2022 Published: 31 Oktober 2022

Abstract

This study aims to find out how the group communication of the *Popnews* program production team on KompasTV? What are the external systems and internal systems of group communication that POPNEWS on KompasTV do? The research method used is a qualitative approach and qualitative descriptive method with data collection obtained from direct observation (observation) and in-depth interviews with informants. Data were obtained through literature studies and documentation from various media, both print and online. The research will look at three important elements in George C. Homans' group communication, namely all activities, interactions and feelings carried out by members of the *Popnews* program production team on KompasTV. The elements of the activities they carry out include group communication which is carried out from the pre, production, to post-production stages.

Keywords: Group Communication, Production Team, *Popnews*, KompasTV

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana komunikasi kelompok tim produksi program *Popnews* di KompasTV? Bagaimana sistem eksternal dan sistem internal komunikasi kelompok yang *Popnews* di KompasTV lakukan? Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data diperoleh dari pengamatan langsung (observasi) dan wawancara mendalam terhadap informan. Data diperoleh melalui studi kepustakaan dan dokumentasi dari berbagai media, baik cetak maupun daring. Penelitian akan melihat tiga unsur penting dalam komunikasi kelompok George C. Homans adalah semua hal kegiatan, interaksi dan perasaan yang dilakukan oleh anggota tim produksi program *Popnews* di KompasTV. Unsur kegiatan yang mereka lakukan mencakup komunikasi kelompok yang dilakukan dari tahap pra, produksi, sampai pascaproduksi.

Kata kunci : Komunikasi Kelompok, Tim Produksi, *Popnews*, KompasTV

Pendahuluan

KompasTV sudah dikenal oleh khalayak dengan berbagai program acara mulainya, dari *news* hingga *entertainment*. Studi ini ingin mengetahui bagaimana komunikasi yang dilakukan para awak KompasTV sehingga bisa menghasilkan program program *PopNews* yang aktual, menarik, dan menghibur yang dapat disaksikan pemirsa secara *free to air* ataupun *streaming* menggunakan internet.

Setiap orang memiliki preferensi dan

kebutuhan berita yang berbeda. KompasTV memahami kebutuhan pemirsa yang beragam itu melalui media televisi, KompasTV hadir sebagai televisi berita untuk meneruskan cita-cita pendiri Kompas Gramedia dalam membangun masyarakat Indonesia.

Tim KompasTV melibatkan semua anggota dalam membuat sebuah produksi siaran, mulai dari *video editor*, reporter dan *producer*. Komunikasi yang baik menjadi syarat mutlak agar program siaran bisa

menghasilkan program yang bagus di tengah persaingan media televisi. Komunikasi kelompok dan komunikasi antarpribadi dengan melibatkan dua atau lebih individu diperlukan untuk menjawab pesan-pesan verbal dan nonverbal saat memproduksi siaran.

Komunikasi kelompok dalam memproduksi program siaran di KompasTV harus jelas dan tersampaikan dengan baik agar tujuan utama melakukan *shooting* sesuai dengan hasil rapat produksi dapat diselesaikan. Segenap tim harus berupaya menghasilkan program siaran yang mampu bersaing: menampilkan program-program unggulan untuk menarik minat penonton.

Dalam kaitan itu, studi ini ingin melihat hubungan antara kemampuan bermasyarakat (*sociability*) dengan proses komunikasi kelompok dalam membuat sebuah produksi siaran. Komunikasi yang digunakan tim program media mulai dari pra-produksi, produksi, sampai tahap *video editing* dilakukan dengan perencanaan matang (Michael, 1974).

Sebagian besar buku teks mengartikan peran fungsi-fungsi yang dilakukan anggota kelompok. Fungsi-fungsi ini antara lain memberi pendapat, menjelaskan penilaian anggota, atau bermacam tugas serta proses tingkah laku lain. Pendekatan terhadap peranan paling menonjol dilakukan berdasarkan harapan-harapan peserta diskusi.

Kemaksimalan komunikasi kelompok dalam produksi program yang dihasilkan *KompasTV* dapat menunjukkan keoptimalan operasional yang dapat dilakukan melalui pendekatan yang bisa berbeda, bergantung pada situasi dan kondisi, agar tujuan produksi siaran sesuai dengan yang diharapkan. Dalam komunikasi tersebut diharapkan ada *feedback* positif antara individu masing-masing *crew*, untuk menghasilkan tingkatan kinerja secara positif.

Perbedaan pendapat yang terjadi selama diskusi antara anggota kelompok tim produksi pada *KompasTV* bisa terjadi.

Paulson memberi kesimpulan tentang hal tersebut, tekanan-tekanan untuk mencapai kesatuan pendapat di dalam kelompok diskusi cukup kuat. Penilaian independen seringkali harus mengalah pada tekanan-tekanan tersebut (Matlon & Ortiz, 1992).

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemikiran mengenai komunikasi kelompok dalam produksi program siaran di KompasTV dengan memaparkan komunikasi kelompok yang terjadi dalam produksi tayangan program *Popnews*. Rumusan masalahnya adalah: bagaimana komunikasi kelompok tim produksi *Popnews* di KompasTV.

Kerangka Teori

Komunikasi kelompok adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh tiga orang atau lebih secara tatap muka yang anggotanya saling berinteraksi satu sama lain. Menurut Homans, ada tiga unsur dalam struktur kelompok, yaitu: kegiatan, interaksi dan perasaan. Kegiatan terdiri dari tindakan anggota yang berhubungan dengan tugas kelompok. Dalam melakukan tindakan-tindakan tersebut mereka tergantung dan saling menanggapi dalam bertindak laku. Meskipun definisi Homans tentang elemen ini tidak hanya mencakup aspek komunikasi, tetapi sebagian besar interaksi tersebut melibatkan komunikasi antarpribadi. Elemen ketiga dari tingkah laku sosial ada dalam kelompok adalah perasaan. Perasaan ini sama dengan konsep Heider tentang suka atau tidak suka yang terdiri dari perasaan-perasaan negatif dan positif yang dirasakan anggota kelompok terhadap anggota lain.

Kegiatan, interaksi dan perasaan saling tergantung suatu peningkatan ataupun penurunan salah satu elemen akan mempengaruhi elemen yang lain. Apabila ketiga elemen tersebut terarah pada tugas-tugas normal (tanggung jawab) kelompok maka ketiga-tiganya akan membentuk apa yang oleh Homans disebut sebagai sistem formal (sistem eksternal). Tetapi kelompok karena bermacam hal sering menimbulkan

kerumitan. Alasan suka dan tidak suka yang dimiliki oleh anggota kelompok terhadap sesamanya jauh melampaui apa yang diperlukan bagi tugas kelompok dan menghasilkan seperangkat interaksi dan kegiatan baru. Perasaan, kegiatan dan interaksi yang tidak langsung berkaitan dengan tanggung jawab tugas formal kelompok disebut sistem informal atau sistem internal. Secara teoritis, sistem informal (sistem internal) tumbuh dari sistem formal (sistem eksternal).

Definisi komunikasi kelompok menurut beberapa ahli berbeda-beda. Definisi pertama, komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok kecil seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi dan sebagainya. Michael Burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah dengan anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

Meskipun definisi Homans tentang elemen ini tidak hanya mencakup aspek komunikasi, tetapi sebagian besar interaksi tersebut melibatkan komunikasi antarpribadi. Elemen ketiga dari tingkah laku sosial, dalam kelompok kecil ialah perasaan. Perasaan ini sama dengan konsep Heider tentang suka atau tidak suka yang terdiri dari perasaan-perasaan negatif dan positif yang dirasakan anggota kelompok terhadap anggota lain (Blau & Moreover, 2017).

Kegiatan, interaksi dan perasaan saling tergantung suatu peningkatan ataupun penurunan salah satu elemen akan mempengaruhi elemen yang lain. Apabila ketiga elemen tersebut terarah pada tugas-tugas normal (tanggung jawab) kelompok

maka ketiga-tiganya akan membentuk apa yang oleh Homans disebut sebagai sistem formal (sistem eksternal). Tetapi kelompok karena bermacam hal sering menimbulkan kerumitan. Alasan suka dan tidak suka yang dimiliki oleh anggota kelompok terhadap sesamanya jauh melampaui apa yang diperlukan bagi tugas kelompok dan menghasilkan seperangkat interaksi dan kegiatan baru. Perasaan, kegiatan dan interaksi yang tidak langsung berkaitan dengan tanggung jawab tugas formal kelompok disebut sistem informal atau sistem internal. Secara teoritis, sistem informal (sistem internal) tumbuh dari sistem formal (sistem eksternal).

Variabel tingkah laku terdiri dari tingkah laku yang sesungguhnya dilakukan anggota kelompok pada saat mereka saling berinteraksi satu sama lain, termasuk juga di dalamnya hal-hal yang dibicarakan oleh anggota serta isyarat-isyarat yang mereka gunakan. Tetapi proses komunikasi dalam kelompok kecil jelaslah tidak sekedar terdiri kegiatan-kegiatan komunikasi terbuka saja. Tergantung pada keadaan internal dan perseptual dari para anggotanya, kata-kata atau isyarat-isyarat yang sama mungkin mempunyai arti bermacam-macam bagi para anggota kelompok lainnya. Sehingga akibatnya, variabel-variabel perseptual harus diperhatikan apabila seseorang ingin mengerti sepenuhnya proses komunikasi kelompok.

Variabel-variabel perseptual, yakni keadaan-keadaan internal atau perseptual dari anggota-anggota kelompok yang menjadi perhatian pokok ahli-ahli komunikasi kelompok adalah yang paling langsung berkaitan dengan proses komunikasi. Di dalamnya termasuk juga keyakinan dan sikap anggota-anggota kelompok sehubungan dengan tingkah laku komunikasi mereka, maupun sikap-sikap terhadap tingkah laku komunikasi anggota dari kelompok lain serta kelompok lain sebagai satu kesatuan.

Di samping itu mungkin juga melibatkan keinginan untuk mengetahui

anggota-anggota tentang apa yang mereka atau orang lain bicarakan serta kepuasan atau kesenangan yang mungkin mereka rasakan dari peristiwa tertentu. Pada tingkatan komunikasi antarpribadi faktor-faktor seperti keyakinan para anggota kelompok, keterampilan berpikir reflektif, keterbukaan, otoriterisme, kemampuan berpikir kritis, serta konsep diri sebagai seorang pembicara sangat diperhatikan.

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif untuk mengetahui komunikasi kelompok tim produksi program *Popnews* di KompasTV. Analisis data menggunakan rumus 5W + 1H (*Who, What, When, Where, Why, dan How*). *What* mengacu pada data dan fakta yang dihasilkan dari penelitian; *how*, bagaimana proses data itu berlangsung; *who*, siapa saja yang bisa menjadi informan kunci dalam penelitian; *where*, di mana sumber informasi penelitian digali atau ditemukan, dan *when*, kapan sumber informasi ditemukan). Suatu yang paling penting dicermati dalam analisis penelitian kualitatif adalah *why*, mengapa memberikan pemahaman lebih dalam dari hasil penelitian kualitatif.

Pendekatan kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman-pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan yang terjadi pada proses komunikasi kelompok Tim Produksi dan Video Editor dalam memproduksi program di KompasTV.

Peneliti menganggap pendekatan kualitatif sesuai dengan judul penelitian kualitatif ini karena riset kualitatif merupakan riset yang bersifat subyektif. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-

dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang di teliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya.

Objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian. Menurut Supranto objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas Anto Dajan, objek penelitian, adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Adapun objek penelitian dalam penelitian ini meliputi: (1) Kegiatan anggota kelompok, (2) Interaksi anggota kelompok, (3) Perasaan anggota kelompok, dan (4) Sistem eksternal dan sistem internal komunikasi antara anggota kelompok di tim produksi pada KompasTV.

Penelitian ini menggunakan teknik *sampling* purposif (*Purposive Sampling*). Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan. Sampel ini lebih cocok digunakan untuk penelitian kualitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi. Maka subjek penelitian pada penelitian ini adalah seluruh tim produksi KompasTV yang terdiri dari beberapa informan seperti produser, reporter dan video editor KompasTV.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam. Menurut Rachmat Kriyantono wawancara meliputi antara periset (seseorang yang berharap mendapat informasi) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek). Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data pada riset kualitatif.

Pengumpulan data utama terhadap informan di peroleh melalui wawancara

mendalam. Wawancara dilakukan dengan cara alami, yaitu di tempat informan berkumpul bersama teman-temannya, di studio maupun ruangan lainnya. Wawancara relatif tidak mempunyai kontrol atau respon informan, artinya informan bebas memberikan jawaban. Karena itu peneliti mempunyai tugas agar informan bersedia memberikan jawaban-jawaban lengkap, mendalam, tidak ada yang disembunyikan. Caranya, mengusahakan wawancara berlangsung informal seperti orang sedang mengobrol.

Teknik pengumpulan data lainnya yang digunakan adalah observasi partisipan pasif. Teknik observasi partisipan digunakan untuk memperkuat data, terutama dalam menentukan subjek yang diwawancarai, selain observasi sangat diperlukan agar Peneliti mengetahui kapan dan dimana biasanya informan berkumpul. Dengan demikian hasil observasi sekaligus untuk mengkonfirmasi data yang terkumpul melalui wawancara dengan kenyataan yang sebenarnya. Peneliti datang ke KompasTV untuk mengamati tetapi tidak terlibat langsung dalam kegiatan komunikasi kelompok untuk produksi program acara. Peneliti menggunakan data yang diperoleh dari studi kepustakaan dan mempelajari buku-buku referensi serta dokumentasi yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Validitas yang digunakan adalah Triangulasi Sumber. Peneliti ingin mengetahui komunikasi kelompok divisi tim produksi dan video editor dalam produksi program *Popnews*. Yang paling penting dalam penelitian kualitatif adalah *checking and reliability* yaitu bagaimana kekuatan data dapat menggambarkan keaslian dan kesederhanaan yang nyata dari setiap informasi. Selain itu juga Peneliti menggunakan triangulasi metode, jadi peneliti melakukan wawancara secara mendalam serta observasi partisipan pasif.

Peneliti menggunakan sistem *checking the validity*, berhubungan dengan evaluasi awal dari kegiatan penelitian di lapangan, yaitu penuh perhatian terhadap situasi penelitian seperti tempat, waktu dan

informan yang hendak ditemui serta masalah yang digunakan, sehingga dapat menyimpulkan bahwa penelitian ini valid.

Hasil dan Pembahasan

KompasTV dapat ditonton di TV secara *free to air* ataupun *streaming* menggunakan internet. KompasTV mencoba memahami kebutuhan pemirsa yang beragam dan menjawab kebutuhan itu melalui, salah satunya, program *Popnews*. Program ini dibuat bersama program berita (*news programme*) seperti: laporan khusus, infotainment, (*talk show*), biografi tokoh, *feature*, film dokumenter. Program ini menggunakan *voice over* dengan video yang berasal dari milik Kompas. Tayangan berdurasi 40 menit, berisi *current affair* sebanyak dua segmen dan *timeless* dua segmen. Semuanya melalui proses *video editing* terlebih dahulu.

Komunikasi kelompok digunakan dalam memproduksi *Popnews* di KompasTV. Teori Komunikasi Kelompok menurut George C. Homans adalah hasil proses pembentukan kegiatan, interaksi serta perasaan yang terarah pada tugas-tugas formal atau tanggung jawab pekerjaan mereka dalam suatu kelompok, disebut sistem formal pada suatu komunikasi kelompok dan tugas komunikasi. Hal ini terbukti dari hasil wawancara dengan reporter KompasTV.

Reporter berkomunikasi secara kelompok dengan anggota kelompok lain saat memproduksi *Popnews* melalui beberapa tahapan. Jika, ia ingin berbicara mengenai *shooting* proyek produksi komersial, maka ia melakukan *meeting* terdahulu dengan *Marketing Communication*.

Masing-masing menjelaskan mengenai rencana kerja yang dimiliki seperti video seperti apa yang diminta *client*, berapa durasinya, *angle* seperti apa yang diharapkan, berapa video yang dibuat dan kapan harus tayang.

Setelah itu, Reporter menyampaikan informasi dari hasil *meeting* kepada anggota tim lain. Reporter juga menyampaikan segala sesuatu yang ada

kaitannya dengan *shooting* kepada tim lain, begitu juga sebaliknya. Lalu mengenai produksi *video news* reguler, komunikasi dilakukan secara tatap muka atau melalui Whatsapp tanpa harus ada *meeting* terjadwal. Jika ada hal yang sangat penting, *meeting* dijadwalkan. Jadi, dalam tim tidak ada hirarki komunikasi yang zaklek. Masing-masing anggota berhak menyampaikan aspirasi ke dalam tim.

Komunikasi kelompok tim produksi *Popnews* berlangsung intensif mulai dari reporter dengan produser lalu menurun ke *video editor*. Jika ada suatu permasalahan yang membutuhkan tanggung jawab atau konfirmasi tertentu, komunikasi dilakukan langsung melalui *Executive Producer*. Seorang reporter melakukan laporan kerja saat hari itu juga melalui *Whatsapp Group*. *Whatsapp Group* tersebut berisi produser, para reporter, dan *Executive Producer* hanya *Video Editor* yang tidak masuk dalam grup tersebut. Alasannya, *video editor* di KompasTV merupakan *editor* yang *rolling* jadi di dalam *Whatsapp Group* tersebut tidak mengundang *video editor* untuk *join*.

Komunikasi kelompok dilakukan selain melalui *chat* di *Whatsapp Group* tersebut, juga dilakukan melalui *chat* "japri" atau *chat* pribadi ke masing-masing tim. Mulai dari diskusi *script* antar produser, proses praproduksi, produksi, dan pascaproduksi yang dilakukan oleh reporter, dan juga komunikasi mengenai materi yang disiapkan oleh reporter. Materi yang disiapkan akan terjadi diskusi antar reporter dengan produser.

Materi diambil dari *software* yang digunakan oleh KompasTV. Materi tersebut biasanya adalah materi yang pernah atau sudah digunakan oleh program lain selain *Popnews*. Komunikasi kelompok dilakukan juga oleh produser ke *Executive Producer* mengenai keputusan penting yang harus diambil, misalnya ada episode *blocking*. Untuk *daily* episode biasanya komunikasi kelompok hanya dilakukan antara produser, reporter dan *video editor*. Komunikasi dilakukan hanya

sebatas ide kreatif, konten, durasi dan *credit title* tim yang bertugas pada episode itu.

Teori Komunikasi Kelompok menurut George C. Homans terbukti dari hasil wawancara dengan produser *Popnews*. Sistem eksternalnya, sebagai produser adalah ia berkomunikasi dengan yang lain: *Video Editor* dan Reporter melalui beberapa tahapan. Ia menyampaikan konsep ide video apa yang ingin di-*shooting* sebagai proyek *video news* reguler. Jika telah disepakati baru produser akan menyampaikan kepada anggota tim lain. Dan tidak menutup kemungkinan jika ada masukan mengenai proyek *video blocking*. Produser bisa menyampaikan kendala atau kebutuhannya untuk *shooting* kepada tim. Agar tidak terjadi *missed* pada saat *shooting* berlangsung.

Komunikasi Kelompok menurut George C. Homans dengan Sistem Eksternal terbukti dari hasil wawancara dengan *Executive Producer*. Ia berkomunikasi dengan anggota tim lainnya: menyampaikan konsep ide video apa yang ingin di-*shooting* sebagai proyek *video news* reguler, jika telah disepakati baru akan menyampaikan ke anggota lain. Lalu setelah itu penentuan alat, tempat, dan waktu *shooting* ditentukan. Kalau sudah hal-hal yang sifatnya *urgent* biasanya dilakukan tatap muka: bertemu, lalu ada rapat dan pembagian tugas.

Teori Komunikasi Kelompok menurut George C. Homans terbukti dari hasil wawancara dengan *Video Editor Popnews*. *Video Editor* berkomunikasi dengan anggota kelompok lain melalui beberapa tahapan. Sistem eksternal tersebut dapat dibedakan menjadi dua model produksi. Yang satu sifatnya *news* reguler, produksi seperti ini biasanya kegiatan komunikasinya lebih ke komunikasi keseharian, santai, sambil *ngorol* bareng. Satu tim bisa sama-sama mencari ide dan mengulas bersama. Pada akhirnya bisa menghasilkan *blueprint*, menjadi skenario atau *storyline*.

Perbedaannya dengan produksi yang

sifatnya *sales* atau *advertise*, komunikasi lebih sering dengan *Marketing Communication* atau dengan *sales KompasTV*. Ini sifatnya lebih formal dan ada *meeting* rutin yang dipersiapkan dan rencanakan. Dari *meeting* itu, dibuat *draft* acuan kerja mulai dari riset *budgeting* hingga bagaimana tayangan produksinya. Kemudian ketika masa produksi seperti ini *Video Editor* komunikasinya akan lebih sering terima *update by group Whatsapp* atau grup *chat* di *mobile*, supaya *Video Editor* segera tahu kira-kira apa yang dibutuhkan atau ada perubahan apa yang terjadi di lapangan. Lalu kemudian ketika masuk *postproduction* komunikasinya lebih bersifat langsung, lebih informal, tidak terlalu formal.

Video Editor lebih sering mengobrol dengan Reporter, yang sudah tahu alur ceritanya, sudah tahu alur produksinya dan dilakukan setiap hari hingga masa *postproduction*. Ketika mencari ide-ide baru kemudian diaplikasikan dalam sebuah rancangan sampai pada akhirnya proyek itu final, selama proses itu juga komunikasi itu dilakukan. Alur interaksinya pada dasarnya tidak bersusun seperti pohon, ada yang di atas dan di bawah. Pada akhirnya dalam satu tim, menyamakan semuanya pada saat praktek berkomunikasi.

Ketika proses komunikasi berlangsung, jabatan hanya sebagai pembeda *jobdesk*. Untuk *Video Editor*, komunikasi antar kelompok yang terjadi membantu dirinya merancang, mengatur rencana kerja yang harus dilakukan terhadap video hasil *shooting*. Ketika harus melakukan *video editing*, komunikasi tersebut dilakukan. Sistem eksternal dalam tim adalah komunikasi tatap muka, suatu menjadi yang rutin, wajar, dan biasa dilakukan.

Teori Komunikasi Kelompok Reporter, berkomunikasi dengan *Video Editor* atau dengan Produser melalui beberapa tahapan. Jika, Ia ingin berbicara mengenai *shooting* proyek produksi komersial maka ia melakukan *meeting* terdahulu dengan *Marketing*

Communication. Masing-masing menjelaskan terlebih dahulu mengenai rencana kerja yang dimiliki.

Teori Komunikasi Kelompok dengan Sistem Eksternal terbukti dari hasil wawancara dengan Produser. Ia berkomunikasi dengan yang lain melalui beberapa tahapan. Ia menyampaikan konsep ide video apa yang ingin diangkat *shooting* sebagai proyek *video news* reguler, tidak menutup kemungkinan jika ada masukan mengenai proyek video *blocking*. Ia juga bisa menyampaikannya kepada tim anggota lainnya agar tidak terjadi *missed* saat *shooting* berlangsung.

Teori Komunikasi Kelompok dengan Sistem Eksternal terbukti dari hasil wawancara Peneliti dengan *Executive Producer*. Ia berkomunikasi dengan anggota lainnya, melalui beberapa tahapan. Ia menyampaikan konsep ide video apa yang ingin diangkat *shooting* sebagai proyek video news reguler. Ia juga bisa menyampaikannya kepada Reporter atau Produser, jika telah disepakati baru Reporter menyampaikan ke *Video Editor*. Hal ini mengartikan di *desk Popnews*, komunikasi kelompok sudah ada sejak pembagian tugas untuk liputan misalnya, plotting liputan. Komunikasi dilakukan mulai dari *ploting* liputan juga untuk pembuatan materi video. Lalu setelah itu penentuan alat, tempat, dan waktu *shooting* ditentukan.

Kesimpulan

Komunikasi kelompok tim produksi *Popnews* di KompasTV dilakukan oleh anggota tim produksi dengan komunikasi secara efektif. Mulai dari dua sistem yaitu sistem eksternal maupun sistem internal mereka berjalan dengan baik sehingga hasil *shooting* sesuai harapan para *executive producer*, produser, kreatif, *video editor* ataupun anggota tim yang lainnya.

Komunikasi Kelompok sebagai hasil proses pembentukan kegiatan, interaksi serta perasaan yang terarah pada tugas-tugas formal atau tanggung jawab pekerjaan mereka dalam suatu kelompok

telah berjalan dengan baik sebagai suatu sistem formal pada komunikasi kelompok pada tim *Popnews* sebagaimana dibuktikan dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh semua anggota di tim produksi.

Daftar Pustaka

- Amrihani, H., & Ritonga, R. (2021). Freedom of the Press Regulations in Indonesia and Sweden: Limited but Free. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(2), 353-361.
- Amrihani, H. (2022). Retorika Deliberative: Komunikasi Marah Marah Pejabat di Ruang Publik. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 3(2),
- Blau, P. M., & Moreover, J. S. C. (2017). *The the Theory of Social Exchange of G .C. Homans [Enter Paper Title] The theory of social exchange by G . C . Homans. November 2012.*
- Dillah, R., & Yasir, Y. (2022). Konvergensi Surat Kabar Harian Riau Pos dalam Persaingan Media Siber. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 3(2), 67-79.
- Karendha, R., Cangara, H., & Wahid, U. (2022). Perbedaan Framing Berita Food Estate Versi Berita Tempo.co dan Pikiran-Rakyat.com. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 4(1), 116-128. doi:<https://doi.org/10.25008/jpi.v4i1.93>
- Kurniawan, D., & Rusadi, U. (2022). MNC Group's Digital Media Business Expansion in the Perspective of Media Political Economy. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(2), 156-161. doi:<https://doi.org/10.25008/wartaik i.v4i2.13>
- Kriantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media.
- Matlon, R. J., & Ortiz, S. P. (1992). *Index to journals in communication studies through 1990*.
- Michael, H. (1974). *Syllabi in intercultural communication*.
- Purwantini, A., Akbar, M., & Sultan, M. (2021). Penggunaan Media Online untuk Meningkatkan Fundraising Sedekah di Makassar. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(2), 134-142. doi:<https://doi.org/10.25008/wartaik i.v4i2.129>
- Triyono, W., & Toni, A. (2021). Framing Berita Tempo.co dan Kumparan.com tentang Mobil Polymerase Chain Reaction Covid-19 di Surabaya. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 3(1), 1-11. doi:<https://doi.org/10.25008/jpi.v3i1.67>
- Tentang KompasTV. (n.d.). <https://www.kompas.tv/about-us>

Solikhah, N., & Aesthetika, N. (2022). Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok dan Media Sosial terhadap Kecenderungan Phubbing. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5(1), 113-119.

doi:<https://doi.org/10.25008/wartaisk.i.v5i1.140>

Wahdaniah, I., Toni, A., & Ritonga, R. (2020). Makna Logo Dinas Penerangan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(01)