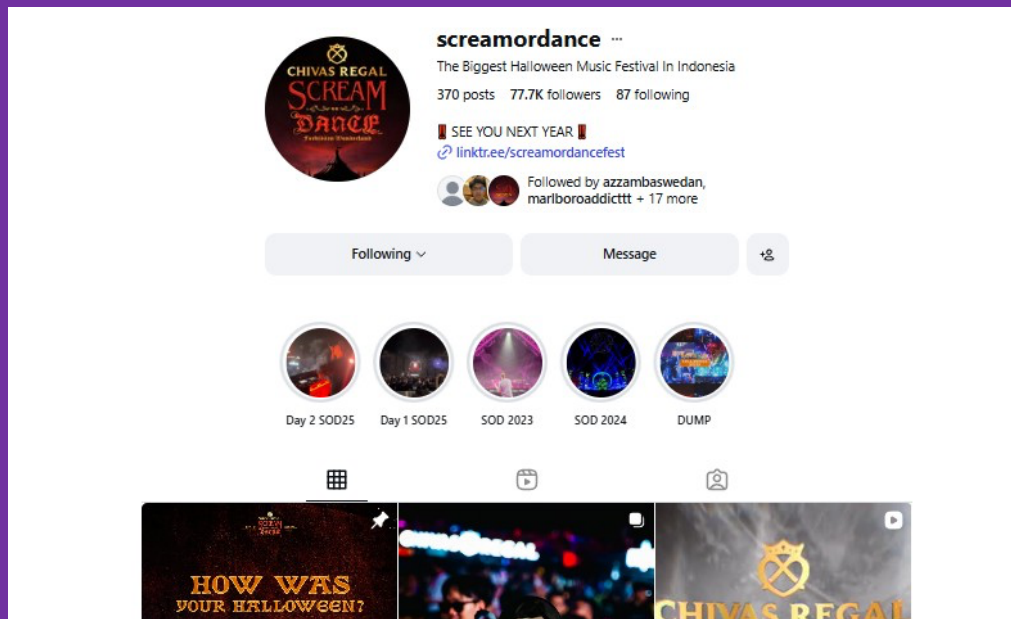




STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI SCREAM OR DANCE DALAM MENCAPAI *ALL TIME HIGH TICKET SALES* DI TAHUN 2025

Tugas Akhir Skripsi/Tugas Akhir Selain Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Nama: Giffa satria putra

NIM : 2210411309

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA



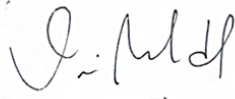
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Giffa Satria Putra
NIM : 2210411309
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Komunikasi Organisasi Scream Or Dance Dalam Mencapai All Time High Ticket Sales Di Tahun 2025

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



()

Penguji 1



()

Penguji 2



()

Koordinator Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 13 Juli 2026

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Giffa Satria Putra

NIM : 2210411309

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Mei 2026

Yang menyatakan,



(Giffa Satria Putra)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Giffa Satria Putra
NIM : 2210411309
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non
eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang
berjudul:

STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI SCREAM OR DANCE DALAM MENCAPAI ALL TIME HIGH TICKET SALES DI TAHUN 2025

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini.
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih
media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat
dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya
sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 04 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Giffa Satria Putra)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena atas Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penyusunan tugas akhir Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Scream Or Dance Dalam Mencapai *All Time High Ticket Sales* Di Tahun 2025” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi, yaitu:

1. Vina Mahdalena, S.IKom., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini dari awal hingga akhirnya dapat terselesaikan.
2. Dr. Yudie Aprianto, M.Se dan Dra. Siti Maryam, M.Si., selaku dosen penguji skripsi, yang telah memberikan saran, kritik, serta masukan yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.
3. Seluruh dosen pengajar dan staf administrasi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta, atas ilmu, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan selama masa studi.
4. Seluruh informan penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengikuti wawancara mendalam, sehingga peneliti memperoleh data yang digunakan sebagai bahan analisis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga tercinta, terutama Bunda Ira Tri Septaria, Bapak Supriyanto, dan adik Nadia Ananda Putri yang tidak pernah berhenti memberikan doa dan dukungan kepada peneliti hingga dapat menyelesaikan pendidikan sarjana.
6. Teman-teman terdekat UPNVJ yang secara konsisten memberikan dorongan, semangat, hingga motivasi sehingga peneliti dapat memulai dan menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir

7. Diri peneliti sendiri, yang telah berusaha di setiap prosesnya untuk tidak menyerah dan terus melangkah maju hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Jakarta, 4 Juli 2026

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'G' followed by a horizontal line and a small flourish.

Giffa Satria Putra

STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI SCREAM OR DANCE DALAM MENCAPAI ALL TIME HIGH TICKET SALES DI TAHUN 2025

GIFFA SATRIA PUTRA

ABSTRAK

Scream Or Dance 2025 berhasil mencapai *All Time High Ticket Sales* meskipun diselenggarakan dengan keterbatasan anggaran dan sumber daya manusia. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya komunikasi organisasi dalam mendukung efektivitas koordinasi dan pencapaian tujuan organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi organisasi Scream Or Dance 2025 melalui kajian terhadap iklim komunikasi organisasi, proses pengambilan keputusan, dan strategi komunikasi organisasi dalam penyelenggaraan *event*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim komunikasi yang dibangun atas dasar kepercayaan, keterbukaan, dukungan, dan tujuan bersama mampu menciptakan koordinasi yang efektif antar anggota organisasi. Proses pengambilan keputusan dilakukan secara bertingkat sesuai kewenangan sehingga organisasi mampu beradaptasi dengan cepat terhadap berbagai perubahan. Strategi komunikasi organisasi diterapkan melalui koordinasi lintas divisi, penetapan prioritas kerja, serta pengelolaan sumber daya secara adaptif. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi berperan sebagai *enabling factor* yang mendukung efektivitas koordinasi dan implementasi strategi organisasi sehingga penyelenggaraan Scream Or Dance 2025 mampu mencapai *All Time High Ticket Sales*.

Kata Kunci: komunikasi organisasi; strategi komunikasi organisasi; iklim komunikasi; pengambilan keputusan

ORGANIZATIONAL COMMUNICATION STRATEGY OF SCREAM OR DANCE IN ACHIEVING ALL TIME HIGH TICKET SALES IN 2025

GIFFA SATRIA PUTRA

ABSTRACT

Scream Or Dance 2025 successfully achieved its all time high ticket sales despite being organized under budgetary and human resource constraints. This condition highlights the importance of organizational communication in supporting effective coordination and the achievement of organizational goals. This study aims to analyze the organizational communication strategy implemented by Scream Or Dance 2025 by examining the organizational communication climate, the decision-making process, and the organizational communication strategy throughout the event organization. This study employed a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in depth interviews, participant observation, and documentation, and were analyzed using the Miles and Huberman data analysis model. The findings reveal that an organizational communication climate built on trust, openness, support, and shared goals fostered effective coordination among organizational members. The decision making process was implemented hierarchically according to each level of authority, enabling the organization to respond adaptively and efficiently to operational changes during the event. The organizational communication strategy was implemented through cross divisional coordination, work prioritization, and adaptive resource management. This study concludes that organizational communication served as an enabling factor by strengthening the organizational communication climate, supporting effective decision-making, and facilitating the implementation of organizational strategies, thereby enabling Scream Or Dance 2025 to achieve its organizational objectives.

Keywords:*organizational communication;organizational communication strategy;communication climate;decision m*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	1
LEMBAR ORISINALITAS.....	2
KATA PENGANTAR.....	4
DAFTAR ISI	8
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL	12
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Batasan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	14
1.6. Sistematika Penelitian.....	15
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Penelitian terdahulu	17
2.2 Konsep dan Teori Penelitian	28
2.2.1. Komunikasi Organisasi.....	28
2.2.2 Strategi Komunikasi Organisasi	31
2.2.3 Iklim Komunikasi	33
2.2.4 Decision Making.....	35
2.3 Teori Penelitian (Teori Komunikasi Organisasi).....	37
2.4 Kerangka Berpikir	42
BAB III	
METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Objek Penelitian	43
3.2 Jenis Penelitian	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.1 Observasi	45
3.3.2 Wawancara	46
3.3.3 Dokumentasi.....	47
3.4 Sumber Data	48
3.4.1 Data Primer.....	48
3.4.2 Data Sekunder	52
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
3.6 Jadwal Penelitian	55

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Deskripsi Objek dan Subjek Penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Scream Or Dance 2025.....	57
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian	64
4.2 Hasil Penelitian.....	69
4.2.1 Proses Reduksi dan Koding Data.....	70
4.2.2 Iklim Komunikasi Organisasi dalam Tim Scream Or Dance 2025.	78
4.2.2.1 Kepercayaan dan Keterbukaan dalam Tim	79
4.2.2.2 Dukungan, Partisipasi, dan Empati dalam Proses Kerja	83
4.2.2.3 Kejelasan Arahkan, Orientasi Tujuan, dan Feedback	88
4.2.2.4 Mapping Jalur Komunikasi Internal SOD 2025.....	94
4.2.3 Proses Pengambilan Keputusan Organisasi	97
4.2.3.1 Identifikasi Masalah dan Pengumpulan Informasi.....	99
4.2.3.2 Pengembangan dan Evaluasi Alternatif	101
4.2.3.3 Pemilihan dan Implementasi Keputusan.....	104
4.2.3.4 Evaluasi Keputusan	107
4.2.3.5 Mapping Jalur Pengambilan Keputusan SOD 2025....	112
4.2.4 Strategi Komunikasi Organisasi dalam Mencapai All Time High Ticket Sales	116
4.2.4.1 Komunikasi Berbasis Prioritas dalam Kondisi Sumber Daya Terbatas	117
4.2.4.2 Pendelegasian Berbasis Kepercayaan	118
4.2.4.3 Koordinasi Lintas Divisi yang Adaptif.....	119
4.2.4.4 Komunikasi Berbasis Data, KPI, dan Evaluasi.....	121
4.2.4.5 Orientasi Komunikasi pada Pengalaman Audiens dan Penjualan Tiket	122
4.2.5 Hambatan Komunikasi Organisasi	125
4.3 Pembahasan	130
4.3.1 Iklim Komunikasi sebagai Dasar Koordinasi Organisasi Event	130
4.3.2 Pengambilan Keputusan dalam Organisasi	137
4.3.3 Strategi Komunikasi Organisasi di Tengah Keterbatasan Sumber Daya	142
BAB V PENUTUP	153
5.1 Kesimpulan.....	153
5.2 Saran.....	155
5.2.1 Saran Akademis.....	155
5.2.2 Saran Praktik	156
DAFTAR PUSTAKA.....	159
LAMPIRAN	165

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pemberitaan Pembatalan Konser Musik Amazing Tegal Festival Tahun 2022	3
Gambar 1.2 Poster utama Scream Or Dance 2025	5
Gambar 1.3 Anggaran pemasaran Scream Or Dance 2025 dibandingkan tahun-tahun sebelumnya	6
Gambar 2.1 Model Iklim Komunikasi Organisasi	40
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	42
Gambar 4.1 Laman Lineups Scream Or Dance 2025	61
Gambar 4.2 Mapping Jalur Komunikasi Internal Scream Or Dance 2025	96
Gambar 4.3 Mapping Jalur Pengambilan Keputusan SOD 2025	113

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	17
Tabel 3.2 Pelaksanaan Penelitian	55
Tabel 4.1 Rincian Line up Scream Or Dance 2025	59
Tabel 4.2 Kategori dan Harga Tiket Scream Or Dance 2025	61
Tabel 4.3 Gambaran Umum Scream Or Dance 2025	63
Tabel 4.4 Deskripsi Informan Penelitian.....	65
Tabel 4.5 Proses Analisis Data Miles dan Huberman	70
Tabel 4.6 Hasil Koding Data.....	72
Tabel 4.7 Matriks Kutipan Iklim Komunikasi Organisasi Scream Or Dance 2025...	93
Tabel 4.8 Temuan Proses Pengambilan Keputusan Scream Or Dance 2025	110
Tabel 4.9 Strategi Komunikasi Organisasi Scream Or Dance 2025 dalam mencapai All Time High Ticket Sales	123
Tabel 4.10 Hambatan Komunikasi Organisasi	128