

**PERANAN PRODUSER DALAM MENINGKATKAN
KINERJA NEWS ANCHOR PADA PROGRAM
ACARA “KOMPAS SUMUT” DI KOMPAS TV MEDAN**

SKRIPSI

OLEH :

ADLINA WAHYUNI
NPM 1503110194

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Penyiaran**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2019

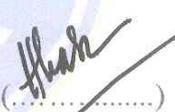
BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

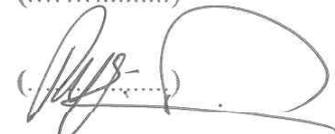
Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera
Utara oleh:

Nama Lengkap : **ADLINA WAHYUNI**
N P M : 1503110194
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Waktu : Pukul 07.45 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom** 

PENGUJI II : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom** 

PENGUJI III : **PUJI SANTOSO, S.S., M.SP** 

PANITIA PENGUJI

Ketua,


Dr. ARIFIN SALEH, S.SOS., MSP



Sekretaris,


Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

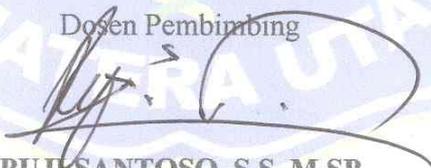
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : **ADLINA WAHYUNI**
NPM : 1503110194
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **PERANAN PRODUSER DALAM MENINGKATKAN KINERJA NEWS ANCHOR PADA PROGRAM ACARA "KOMPAS SUMUT" DI KOMPAS TV MEDAN**

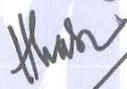
Medan, 19 Maret 2019

Dosen Pembimbing


PUJISANTOSO, S.S, M.SP

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi


NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom

Dekan,




DI ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

PERNYATAAN



Dengan ini saya, Adlina Wahyuni, NPM 1503110194, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 19 Maret 2019

METERAI
TEMPEL
TGL 20
D5639AFF844756279
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Yang menyatakan,

Adlina Wahyuni



Cerdas & Terpercaya
Setiap surat ini agar disebutkan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Adlina Wahyuni
NPM : 1503110194
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Peranan Produser Dalam Meningkatkan Kinerja News Anchor Pada Program Acara Kompas SUMUT di Kompas TV Medan

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	26-11-2018	Bimbingan BAB I - III	
2.	18-11-2018	Revisi BAB I - III	
3.	3-01-2019	ACC BAB I - III	
4.	15-01-2019	Bimbingan Draft wawancara	
5.	26-01-2019	ACC Draft wawancara	
6.	28-02-2019	Bimbingan BAB IV - V	
7.	11-03-2019	Revisi BAB IV - V	
8.	12-03-2019	ACC skripsi	

Medan, 12 Maret 2019

Dekan,

Ir. Amfin Saleh, S.Sos, M.S.P.

Ketua Program Studi,

(Nurhasanah Mst. S.Sos, M.I.Kom)

Pembimbing ke :

(Puji Santoso, S.S., M.S.P.)

PERAN PRODUSER DALAM MENINGKATKAN KINERJA NEWS ANCHOR PADA PROGRAM ACARA DI KOMPAS TV MEDAN

Adlina Wahyuni

1503110194

Abstrak

Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, media komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya, terutama dalam hal menjangkau komunikan atau orang yang menerima pesan. Salah satu media komunikasi massa yang paling diminati adalah televisi karena dapat menjangkau seluruh kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Televisi memiliki program siaran salah satunya program informasi yang di mana ada seorang produser dan *news anchor* yang sama-sama penting untuk keberhasilan suatu acara, sebagai yang bertanggung jawab atas suatu program acara, ingin diketahui peranan apa saja yang dilakukan produser untuk membantu meningkatkan kinerja *news anchor*nya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah salah satu produser dan *news anchor* Kompas TV Medan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan studi dokumentasi dengan teknik analisis data reduksi data, penyajian data, dan pengambilan keputusan atau verifikasi. Hasil dari analisis yang dilakukan bahwa produser sudah menjalankan tugasnya dengan baik, karena dalam melaksanakan tugasnya, *news anchor* juga memiliki kemampuan dalam bidangnya, maka dari itu peranan yang dilakukan seorang produser cukup berguna untuk meningkatkan kinerja seorang *news anchor*.

Kata Kunci: *News anchor*, televisi, produser

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alaminn, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Salam dan shalawat tercurah kepada Nabi Muhammad shalallahualaihiwassalam yang telah membawa kabar tentang ilmu pengetahuan kepada umatnya yang berguna untuk kehidupan didunia dan akhirat kelak.

Skripsi merupakan salah satu syarat wajib untuk menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berisikan **“Peranan Produser Dalam Meningkatkan Kinerja News Anchor Pada Progra Acara Kompas SUMUT Di Kompas TV Medan”**, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena dalam proses penyelesaiannya tidak sedikit kesulitan dan hambatan dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta ayahanda Sugiono dan ibunda Rosdiana Lubis yang telah membesarkan, mendidik, memberi dukungan moral maupun materi, nasehat serta lantunan doa sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini, dan banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa doa, usaha, bimbingan, dan juga arahan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Puji Santoso, SS., M.SP selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing, mendidik, mendukung, dan memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Abrar Adhani S.Sos., M.I.Kom selaku Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Nurhasanah S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik penulis sampai sekarang ini .
9. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu surat menyurat penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Abangda Bastian Walter Siahaan, Abangda Bahri, Kakanda Rusmi Charyani, serta seluruh keluarga besar Kompas TV Medan, yang tiada henti memberi

ilmu pengetahuan kepada penulis, dan bersedia menerima penulis untuk melakukan penelitian.

11. Keluarga besar penulis, yang mendukung dan mendoakan penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Abangda penulis Chairil Fadli, Fachrur Rozi, Kakanda penulis Azmi Amaliah dan Dina Indira, terima kasih selalu membangkitkan semangat, memberikan masukan untuk penulis dan berdoa untuk penulis ke depannya, serta keponakan penulis Zyan Azka yang selalu menghibur di saat sedang penat dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Kepada support system penulis dan teman berkeluh kesah Rahma Syahira sahabat sedari SMP yang telah banyak membantu dan memberikan semangat dan hiburan kepada penulis, yang selalu ada ketika keadaan psikologis penulis tidak baik. Dan kepada Dwi Aulia Putri, Julianita Armi, Fairuz Dwika, Nuz Azizah, Wulandari, dan Mastarina Ulfa terima kasih karena selalu ada dalam memberikan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini ketika mulai menyerah.
13. Kepada sahabat penulis di padin tempat berkeluh kesah Nia Nadya dan Putri Rizkia yang selalu menyemangati, menghibur dan selalu ada. Dan kepada Deassy Chaliza, Deva Ratna, Nurul Fadilla, Nikita Handra, dan Ika Febrina yang membantu menyemangati penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini ketika mulai menyerah.
14. Kepada teman maya penulis yang jauh di sana Septian Hadi, dan Angky Wardana yang memberikan semangat, doa dan memaksa penulis untuk tidak bermalas-malasan dalam mengerjakan skripsi ini.

15. Teman penulis di kelas, Yulia Sari terima kasih telah memberikan semangat dan bantuan ketika penulis mulai menyerah dalam mengerjakan skripsi ini.
16. Keluarga Cermana, Annisa Majlaika, Dinayu Maghfira, Wanda Syaputra, Muhammad Rizky Gunawan, Fiorentino, Nofri Affandi, Gema Fadhillah, Heri Masriono, Irfan Indra Mulyawan terima kasih sudah memberikan semangat dan menjadi hiburan di saat penat mengerjakan skripsi serta teman-teman di Himpunan Mahasiswa Jurusan Angkatan 04, teman-teman satu bimbingan serta 7 D Penyiaran terima kasih juga sudah menjadi keluarga di kampus dan selalu memberi semangat.
17. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Walau tidak tertulis, Insya Allah perbuatan kalian menjadi amal baik, Aamiin.

Akhir kata, penulis memohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Namun, penulis berharap saran serta kritik dalam rangka perbaikan penulisan skripsi ini, Terima kasih.

Medan, Maret 2019

Penulis

Adlina Wahyuni

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II URAIAN TEORITIS	9
2.1 Komunikasi Massa.....	9
2.2 Televisi	20
2.3 Program Siaran	25
2.4 Produser.....	30
2.5 Peran.....	36
2.6 News Anchor	39

BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Kerangka Konsep	44
3.3 Definisi Konsep	45
3.4 Kategorisasi Penelitian	47
3.5 Informan Atau Narasumber	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.7 Teknik Analisis Data	49
3.8 Lokasi Dan Waktu Penelitian	50
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Hasil Penelitian	55
4.2 Pembahasan	58
Bab V Penutup	61
5.1 Simpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3.4 Kategorisasi Penelitian	47
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.9.3 Struktur Kompas TV Medan	54
Gambar 3.9.4 Logo Kompas TV Medan	54

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, media komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya, terutama dalam hal menjangkau komunikan atau orang yang menerima pesan.

Media komunikasi massa merupakan elemen terpenting untuk mengakses berbagai macam informasi. Karena media massa merupakan jembatan antara informasi dengan masyarakat. Semakin berkembangnya arus informasi di seluruh dunia, dengan berbagai macam peristiwa, media massa juga dituntut untuk lebih cepat dan lugas dalam menyajikan informasi. Berbagai media hadir di tengah masyarakat, salah satunya televisi.

Televisi merupakan media massa yang paling diminati oleh masyarakat. Televisi adalah salah satu hasil dari produk teknologi komunikasi yang sangat mendominasi perkembangan media massa saat ini. Perpaduan antara tulisan, suara (*audio*) dan gambar (*visual*) merupakan keunggulan dari televisi dibandingkan dengan media massa lainnya. Televisi pun memiliki daya hipnotis yang luar bisa, karena emosi dan perilaku *audiencenya* dapat dengan mudah dimainkan. Televisi,

secara psikologis dan visual dapat dengan mudah memindahkan setiap informasi yang terjadi di dunia, pada saat yang bersamaan.

Hampir semua golongan masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, sampai orang tua menerima siaran televisi. Selain untuk memenuhi kebutuhan akan informasi, juga untuk memenuhi kebutuhan akan hiburan dan pendidikan, sesuai dengan keinginan dan kebutuhan khalayak itu sendiri. Ketiga fungsi tersebut memiliki peran yang penting dalam pembentukan sikap, perilaku, dan opini dari masyarakat.

Di Indonesia, kegiatan penyiaran melalui media televisi dimulai pada tahun 1962 oleh stasiun TVRI (Televisi Republik Indonesia) yang merupakan stasiun pertama yang bersiaran. Kemudian pada tahun 1989 muncul stasiun televisi RCTI (Rajawali Citra Televisi), kemudian disusul oleh SCTV (Surya Citra Televisi), TPI (Televisi Pendidikan Indonesia), ANTV (Andalas Televisi), Indosiar, Trans, TV7, Metro TV, Lativi, Global TV, dan juga stasiun-stasiun televisi lokal. Semakin banyaknya stasiun televisi lokal yang berdiri maka semakin berat persaingan kerja yang harus dihadapi, di mana kinerja dari seseorang haruslah dapat dipertahankan dengan baik.

Di dalam sebuah stasiun televisi, terdapat berbagai macam program siaran, mulai dari drama hingga nondrama, dengan format yang berbeda-beda pula. Setiap program siaran juga memiliki seorang produser. Pada televisi siaran, seorang produser memegang peran penting bagi kelancaran siaran. Dalam hal ini produser adalah pimpinan produksi yang mengoordinasikan kepada seluruh

kegiatan pelaksanaan sejak praproduksi, produksi, pascaproduksi dan bertanggung jawab kepada eksekutif produser.

Seperti kita ketahui, bahwa sebelum merencanakan suatu acara, dibutuhkan sebuah ide. Ide adalah dasar utama untuk memproduksi program siaran khususnya program nondrama, tanpa adanya ide, tahapan perencanaan produksi berikutnya tidak dapat dilaksanakan. Program siaran televisi program tidak hanya sebagai bentuk hasil karya seni, tetapi sudah menjadi industri kreatif, sehingga ide tidak harus ditunggu muncul dalam benak. Otak harus dipaksa untuk memunculkan ide-ide baru, karena program siaran televisi harus dapat terus diproduksi sepanjang stasiun televisi beroperasi.

Seorang produser harus memiliki kemampuan berpikir dan menuangkan ide/pemikiran dalam satu tulisan untuk suatu program baik secara sistematis serta mempunyai kemampuan untuk memimpin dan berkerjasama dengan seluruh kerabat kerja atau unsur-unsur produksi terkait. Dalam melaksanakan tugasnya, produser tidak sendirian tetapi bekerja bersama timnya.

Dalam program siaran televisi nondrama yang program informasi, hal yang tidak kalah penting dari tugas seorang produser adalah tugas seorang *news anchor* atau reporter/presenter atau pembawa berita. *News anchor* merupakan salah satu bagian terpenting dalam suatu proses penyiaran berita. *News anchor* adalah seseorang yang berprofesi sebagai pembaca berita yang harus dapat melakukan improvisasi, dapat berkomunikasi dengan baik kepada narasumber, dapat menyampaikan berita dengan artikulasi dan pembawaan yang baik sehingga pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak akan dapat dengan mudah diterima.

Seiring dengan perkembangan, seorang *news anchor* juga bekerja sebagai reporter yang berada di lapangan, sehingga tidak ada perbedaan antara *news anchor* dengan reporter, maka dari itu seorang *news anchor* harus memiliki banyak kemampuan karena seorang *news anchor* tidak hanya bekerja di dalam studio tetapi juga bekerja di luar studio atau bekerja di lapangan. Seorang *news anchor* dituntut untuk bisa melakukan banyak kemampuan yang berhubungan dengan pekerjaannya atau *multi-tasking*.

Peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Dari hal di atas lebih lanjut kita lihat pendapat lain tentang peran yang ditetapkan sebelumnya disebut sebagai 30 peranan normatif. Sebagai peran normatif dalam hubungannya dengan tugas dan kewajiban dinas perhubungan dalam penegakan hukum mempunyai arti penegakan hukum secara total *enforcement*, yaitu penegakan hukum secara penuh (Soerjono Soekanto, 2009).

Dalam hal ini kepribadian seseorang juga memengaruhi bagaimana peran itu harus dijalankan. Peran yang dimainkan hakekatnya tidak ada perbedaan, baik yang dimainkan/diperankan oleh pimpinan tingkat atas, menengah maupun bawah akan mempunyai peran yang sama bila ia menduduki peran tertentu. Dari beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa peran adalah suatu sikap atau perilaku yang diharapkan oleh banyak orang atau sekelompok orang terhadap seseorang yang memiliki status atau kedudukan tertentu.

Maka dari itu, peranan seorang produser penting untuk meningkatkan kinerja timnya salah satunya adalah *news anchor*, karena seorang *news anchor* bekerja dibawah naungan seorang produser. Produser juga yang memantau setiap pekerjaan seorang *news anchor* ketika berada di ruangan untuk siaran, maupun ketika berada di lapangan untuk melakukan peliputan.

Peranan produser yang lain adalah membangun mental para *news anchor*nya agar dapat mengaktualisasikan isi program acara. Dengan hal itu maka *news anchor* akan dapat mengembangkan kinerjanya sesuai dengan kebutuhan program acara tersebut. Maka dengan kinerja yang baik akan menghasilkan berita yang menarik untuk ditonton oleh khalayak. Peneliti ingin mengetahui apakah produser sudah menjalankan tugas sebagai produser dengan baik dan bagaimana cara dan dan peran yang dilakukan agar berhasil meningkatkan kinerja anggota timnya terutama seorang *news anchor*.

Dari beberapa stasiun televisi lokal yang ada di kota Medan, peneliti akan memfokuskan penelitian pada Kompas TV Biro Medan yang merupakan cabang dari Kompas TV Jakarta. Maka dari itu, peneliti akan meneliti peranan produser dalam meningkatkan kinerja *news anchor* pada program acara Kompas SUMUT di Kompas TV Medan.

1.2 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana cara dan peranan yang dilakukan seorang produser dalam meningkatkan kinerja *news anchor*nya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana peran dan cara yang dilakukan produser dalam meningkatkan kinerja *news anchor* pada program acara Kompas SUMUT di Kompas TV Medan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui peran dan cara yang dilakukan produser dalam meningkatkan kinerja *news anchor* pada program acara Kompas SUMUT di Kompas TV Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya bidang Penyiaran. Penelitian ini membuka wawasan dan pengetahuan baru bagi peneliti terhadap penerapan teori-teori komunikasi dalam memecahkan masalah yang ada pada objek penelitian yang berhubungan dengan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran yang khususnya berkaitan tentang pengkajian peran di televisi dalam meningkatkan kinerja *news anchor*nya dalam sebuah program acara yang pada akhirnya dapat menimbulkan respon baik dari para penonton.

b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan dan pengetahuan kepada produser Kompas TV Medan untuk mengetahui sejauh mana peran produser dalam meningkatkan kinerja *news anchor* dalam sebuah program acara.

c. Secara akademis, penelitian ini di harapkan mampu memberikan informasi ilmu bersangkutan dan sebagai literatur untuk peneliti selanjutnya khususnya pada program studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis, praktis maupun secara akademis, dan berisi tentang sistematika penulisan.

BAB II URAIAN TEORITIS

Bab ini berisi tentang rangkuman teori-teori yang diambil dari buku/literatur yang mendukung penelitian, serta memuat penjelasan tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk pemecahan masalah.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan tentang metode penelitian yang digunakan, termasuk di dalamnya jenis penelitian yang digunakan, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan atau narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian, serta deskripsi ringkas objek penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan yang sebagai hasil yang telah di dapat dari penelitian ini melalui dari teknik pengumpulan data yang dilakukan di dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan dan saran yang menjelaskan mengenai temuan-temuan penelitian berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari pengumpulan data, sehingga pada akhirnya berisi jawaban akan pertanyaan penelitian dari rumusan masalah. Selain itu, bab ini juga berisi saran yang dapat diberi sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi Massa

2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa

Menurut pendapat Tan dan Wright, 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. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Ardianto, 2017:3), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*), dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa, jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak seperti rapat akbar yang dihadiri ribuan orang tetapi jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.

Menurut Mulyana (2017:75) komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang

tersebar yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen.

Selain pengertian di atas, beberapa ahli komunikasi juga mengemukakan pendapatnya tentang pengertian komunikasi massa. Joseph A. Devito merumuskan komunikasi massa menjadi dua hal, yaitu: “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 menonton televisi, tetapi 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 massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio siaran, surat kabar, majalah, dan film” (Ardianto, 2017:6).

Defenisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gebner, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Dari definisi tersebut dapat digambarkan bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan

membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri (Ardianto, 2017:3).

Menurut Joseph R. Dominick mendefinisikan komunikasi massa sebagai suatu proses di mana suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar. Sedangkan menurut Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan komunikasi massa sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim, melalui media cetak atau elektronik, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Sementara itu, menurut Jay Black dan Frederick C (Nurudin, 2009:12) disebutkan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses di mana pesan-pesan yang diproduksi secara massal atau tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen. Luas di sini berarti lebih besar daripada sekadar kumpulan orang yang berdekatan secara fisik, sedangkan anonim berarti individu yang menerima pesan cenderung asing satu sama lain, dan heterogen berarti pesan dikirimkan kepada orang-orang dari berbagai macam status, pekerjaan, dan jabatan dengan karakteristik yang berbeda satu sama lain dan bukan penerima pesan yang homogen.

Berdasarkan pengertian tentang komunikasi massa yang sudah dikemukakan oleh para ahli komunikasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa modern (media cetak dan elektronik) dalam penyampaian informasi yang ditujukan kepada sejumlah

khalayak (komunikan) heterogen dan anonim sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak atau proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas, maka unsur penting dalam komunikasi massa adalah:

- a. Komunikator, pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi modern dalam menyebarkan suatu informasi sehingga informasi dapat dengan cepat ditangkap oleh publik.
- b. Media massa, adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula.
- c. Informasi (pesan) massa, informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi tetapi milik publik.
- d. *Gatekeeper*, adalah penyeleksi informasi yang akan disiarkan atau tidak disiarkan.
- e. Khalayak (publik), adalah massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa, yang terdiri dari publik pendengar atau pemirsa sebuah media massa.
- f. Umpan balik. (Bungin, 2008:71)

Wilbur Schram menampilkan apa yang ia sebut "*The Condition of Success in Communication*", yaitu kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki. Kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
- b. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- d. Pesan harus menyampaikan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok di mana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

2.1.2 Proses Komunikasi Massa

Proses merupakan suatu peristiwa yang berlangsung secara kontinyu, tidak diketahui kapan mulainya dan kapan akan berakhirnya. Dalam operasionalnya, proses memerlukan berbagai komponen (elemen) penjunjang. Demikian pula dengan komunikasi yang pada hakikatnya merupakan suatu proses, berlangsungnya komunikasi sudah pasti memerlukan berbagai komponen (elemen). Pengertian komponen di sini adalah bagian-bagian yang terpenting dan mutlak harus ada pada suatu keseluruhan atau kesatuan.

Dengan mengikuti formula Lasswell (dalam Ardianto 2017:29) dapat dipahami bahwa dalam proses komunikasi massa terdapat lima unsur yang disebut komponen atau unsur dalam proses komunikasi massa, yaitu:

- a. *Who* (siapa): komunikator, orang yang menyampaikan pesan dalam proses komunikasi massa, bisa perorangan atau mewakili suatu lembaga, organisasi maupun instansi.
- b. *Says What* (apa yang dikatakan): pernyataan umum, dapat berupa suatu ide, informasi, opini, pesan dan sikap.
- c. *In Which Channel* (melalui saluran apa): media komunikasi atau saluran yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan komunikasi.
- d. *To Whom* (kepada siapa): komunikan atau *audience* yang menjadi sasaran komunikasi, kepada siapa pernyataan tersebut ditujukan, berkaitan dengan masalah penerima pesan.
- e. *With What Effect* (dengan efek apa): hasil yang dicapai dari usaha penyampaian umum itu pada sasaran yang dituju.

2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa

Para pakar mengemukakan tentang sejumlah fungsi komunikasi, kendati dalam setiap item fungsi terdapat persamaan dan perbedaan. Pembahasan fungsi komunikasi telah menjadi diskusi yang cukup penting, terutama konsekuensi komunikasi melalui media massa.

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) dalam buku *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* terdiri dari *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai) dan *entertainment* (hiburan).

- a. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: (1). *Warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan); (2). *Instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).

Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Peringatan ini dengan serta merta dapat menjadi ancaman. Sebuah stasiun televisi mengelola program untuk menayangkan sebuah peringatan atau menayangkannya dalam jangka panjang. Sebuah surat kabar memuat secara berseri, bahaya polusi udara dan pengangguran. Kendati banyak informasi yang menjadi peringatan atau ancaman serius bagi masyarakat yang dimuat oleh media, banyak pula orang yang tidak mengetahui tentang ancaman itu.

Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa efek, produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep masakan dan sebagainya adalah contoh-contoh pengawasan instrumental.

b. *Interpretation* (Penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran

media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan ingin membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersona atau komunikasi kelompok.

c. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan oleh media.

d. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Beberapa pengamat memperingatkan kemungkinan terjadinya disfungsi jika televisi menjadikan salurannya terutama untuk sosialisasi (penyebaran nilai-nilai).

e. *Entertainment* (Hiburan)

Hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan tayangan hiburan. Begitupun dengan radio siaran dan majalah. Tujuan dari fungsi hiburan adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

Sementara itu, Effendy (1993) dalam buku *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah

a. Fungsi Informasi

Media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

b. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel.

c. Fungsi Memengaruhi

Fungsi memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, *features*, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar. Khalayak terpengaruh oleh pesan-pesan dalam tulisan tersebut sehingga tanpa sadar khalayak melakukan tindakan sesuai dengan yang diinginkan oleh media tersebut.

Menurut DeVito dalam bukunya *Komunikasi Antar Manusia* (1996), ada tiga masalah pokok yang harus diperhatikan dalam memahami fungsi-fungsi media massa. Pertama, setiap kali kita menghidupkan pesawat televisi, radio siaran

maupun membaca surat kabar, kita melakukannya karena alasan tertentu yang unik. Kedua, komunikasi massa menjalankan fungsi yang berbeda bagi setiap pemirsa secara individual. Program televisi yang sama dapat menghibur satu orang, mendidik yang lain, memengaruhi seseorang atau sekelompok orang. Ketiga, fungsi yang dijalankan komunikasi massa bagi sembarang orang yang berbeda dari satu waktu ke waktu yang lain. Produk rekaman tertentu bisa dirasakan sebagai penghibur pada satu saat, tetapi pada saat yang lain rekaman tersebut dirasakan sebagai olah sosialisasi atau alat pemersatu (Ardianto, 2017).

DeVito (1996) dalam buku *Komunikasi Suatu Pengantar* menyebutkan fungsi komunikasi massa secara khusus, adalah: meyakinkan (*to persuade*), menganugerahkan status, membius (*narcotization*), menciptakan rasa kebersatuan, privatisasi dan hubungan parasosial.

a. Fungsi Meyakinkan (*to Persuade*)

Menurut DeVito (1996), persuasi bisa datang dalam bentuk:

- 1) Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang;
- 2) Mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang;
- 3) Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu; dan
- 4) Memperkenalkan etika atau menawarkan sistem nilai tertentu.

b. Fungsi Menganugerahkan Status

Penganugerahan status (*status conferral*) terjadi apabila berita yang disebarluaskan melaporkan kegiatan individu-individu tertentu sehingga *prestise* (gengsi) mereka meningkat. Dengan memfokuskan kekuatan media massa pada

orang-orang tertentu, masyarakat menganugerahkan kepada orang-orang tersebut suatu status publik (*public status*) yang tinggi.

c. Fungsi Membius (*Narcotization*)

Salah satu fungsi media massa yang paling menarik dan paling banyak dilupakan adalah fungsi membiusnya (*narcotization*). Ini berarti bahwa apabila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu harus diambil. Sebagai akibatnya, pemirsa atau penerima terbius ke dalam keadaan pasif, seakan-akan berada dalam pengaruh narkotik.

d. Fungsi Menciptakan Rasa Kebersatuan

Fungsi komunikasi massa yang tidak banyak disadari oleh kita semua adalah kemampuannya untuk membuat kita merasa menjadi anggota suatu kelompok. Seseorang bisa merasa menjadi anggota sebuah kelompok karena dia membaca atau menonton sesuatu hal yang serupa dengan dirinya. Program televisi, berita-berita di surat kabar bisa membuat seseorang menjadi anggota sebuah kelompok yang lebih besar.

e. Fungsi Privatisasi

Privatisasi adalah kecenderungan bagi seseorang untuk menarik diri dari kelompok sosial dan mengucilkan diri ke dalam dunianya sendiri. Beberapa ahli berpendapat bahwa berlimpahnya informasi yang dijejalkan kepada kita telah membuat kita merasa kekurangan. Laporan yang gencar tentang perang, inflasi, kejahatan dan pengangguran membuat sebagian orang merasa begitu putus asa sehingga mereka menarik diri ke dalam dunia mereka sendiri (Ardianto, 2017)

2.1.4 Efek Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial ke arah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Efek atau hasil yang dapat dicapai oleh komunikasi yang dilaksanakan melalui berbagai media (lisan, tulisan, visual/audio visual) perlu dikaji melalui metode tertentu yang bersifat analisis psikologi dan analisis sosial.

Yang dimaksud dengan analisis psikologi adalah kekuatan sosial yang merupakan hasil kerja dan berkaitan dengan watak serta kodrat manusia. Sedangkan analisis sosial adalah peristiwa sosial yang terjadi akibat komunikasi massa dengan penggunaan media massa yang sangat unik serta kompleks. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa pada umumnya kita lebih tertarik kepada apa yang dilakukan media kepada kita daripada apa yang kita lakukan kepada media massa (Ardianto, 2001:49).

2.2 Televisi

2.2.1 Pengertian Televisi

Dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. 99% orang Amerika memiliki televisi di rumahnya. Tayangan televisi mereka dijejali hiburan, berita dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari (Agee, et. Al. 2001: 279). Televisi mengalami perkembangan secara dramatis, terutama melalui pertumbuhan televisi kabel. Transmisi program televisi kabel menjangkau seluruh pelosok negeri dengan bantuan satelit dan diterima langsung pada layar televisi di

rumah dengan menggunakan *wire* atau *microwave (wireless cable)* yang membuka tambahan saluran televisi bagi pemirsa. Televisi tambah marak lagi setelah dikembangkannya *Direct Broadcast Satellite (DBS)*.

Televisi merupakan media massa utama dalam menyampaikan informasi. Informasi dapat berupa pengetahuan, hiburan, politik, dan sesuatu yang terjadi di sekitar kita. Menurut Wilsburg Schramm dalam buku *Berkarir di Bidang Broadcasting*, televisi didefinisikan sebagai berikut; “*Television is essentially a working group organized around some device for circulating the some message at about the same time to large number of people*” (Tommy Suprpto, 2006).

Ketika gambar dan suara dapat direkam secara bersamaan dan dapat ditransmisikan, maka kita seolah kembali ke masa di mana orang berkomunikasi secara langsung dan bersama. Hanya saja hal tersebut kini dapat dilakukan dalam lintas ruang dan waktu. Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat telah mengembalikan komunikasi *audiovisual* sebagai modus komunikasi terpenting masa kini, dan hal tersebut menyebabkan ketersediaan media komunikasi *audiovisual* dapat melayani kebutuhan manusia (Tandiyo Pradekso, 2013).

Menurut penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa televisi sebagai media komunikasi massa mengutamakan suatu proses kerja unit dapat mengirimkan pesan-pesannya dari suatu tempat ke tempat lainnya pada saat yang bersamaan dan ditujukan kepada sejumlah orang atau masyarakat dengan tujuan agar pesan tersebut dapat diterima dan diadopsi oleh masyarakat selaku komunikan.

2.2.2 Siaran Televisi di Indonesia

Di Indonesia siaran televisi dimulai pada tahun 1962 saat TVRI menayangkan secara langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia ke-17 pada tanggal 17 Agustus 1962 sebagai siaran percobaan. Siaran resmi pada tanggal 24 Agustus 1962 pukul 14.30 WIB yang menyiarkan secara langsung upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama Gelora Bung Karno.

Sejak pemerintah Indonesia membuka TVRI, maka selama 27 tahun hanya dapat menonton satu saluran televisi. Kemudian pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI (Rajawali Citra Televisi) yang merupakan televisi swasta pertama di Indonesia, kemudian disusul dengan SCTV (Surya Citra Televisi), Indosiar, ANTV (Andalas Televisi), dan TPI (Televisi Pendidikan Indonesia).

Menjelang tahun 2000, muncul hampir secara serentak lima televisi swasta baru yaitu Metro TV, Trans, TV7, Lativi dan Global TV serta beberapa televisi daerah dan televisi berlangganan yang menyajikan berbagai program dalam dan luar negeri.

Setelah Undang-Undang Penyiaran disahkan pada tahun 2002, jumlah televisi baru di Indonesia diperkirakan akan terus bermunculan, khususnya di daerah atau lokal yang terbagi dalam empat kategori yaitu televisi publik, swasta, berlangganan dan komunitas. Hal ini berkaitan dengan dengan Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002 Pasal 31 Ayat 5 disebutkan “stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah jangkauan terbatas pada

lokasi tersebut.” Kini penonton televisi Indonesia benar-benar memiliki banyak pilihan untuk menikmati berbagai program televisi.

2.2.3 Fungsi Televisi

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni memberikan informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Sesuai dengan Undang Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran pada Pasal 4 Ayat 1 yang berbunyi “penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial.”

2.2.4 Karakteristik Televisi

Ditinjau dari stimulasi alat indera, dalam radio siaran, surat kabar dan majalah hanya satu alat indera yang mendapat stimulus. Radio siaran dengan indera pendengaran, surat kabar dan majalah dengan indera penglihatan.

- a. *Audiovisual*,
- b. Berpikir dalam gambar,
- c. Pengoperasian lebih kompleks.

2.2.5 Sistem Siaran Televisi

Suatu sistem merupakan kumpulan dari sejumlah bagian (elemen) yang saling bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Sistem televisi terdiri atas peralatan dan manusia yang mengoperasikan peralatan untuk memproduksi program.

Prinsip kerja sistem televisi sebenarnya sederhana dimulai dari kamera TV yang mengubah apapun yang “dilihatnya” (gambar optik) menjadi sinyal elektrik yang dapat disimpan atau secara langsung diubah oleh pesawat TV menjadi gambar di layar yang dapat dilihat mata. Mikrofon mengubah apapun yang didengarnya (suara alami) menjadi sinyal elektrik yang dapat disimpan atau diubah secara langsung menjadi suara dengan bantuan penguat suara (*loudspeaker*).

Pada dasarnya, sistem televisi berfungsi mengubah suatu bentuk energi (gambar optis, suara alami) ke dalam bentuk energi lainnya (energi listrik). Sinyal di gambar dinamakan dengan sinyal video dan sinyal suara dinamakan dengan sinyal audio. Contoh sistem televisi ialah kamera perekam video gambar (*camcorder*). Sistem siaran televisi yang sederhana tersebut menjadi rumit dan meluas (*expanded system*) ketika stasiun TV memproduksi program di studio atau di luar studio. Dalam hal ini, produksi program membutuhkan peralatan dan prosedur yang digunakan untuk:

- a. Memilih berbagai sumber gambar dan suara
- b. Melakukan kontrol dan monitor terhadap kualitas gambar dan suara
- c. Melakukan perekaman, pemutaran ulang (*playback*), dan transmisi gambar dan suara.
- d. Mengintegrasikan berbagai sumber gambar dan suara tambahan lainnya.

Sistem siaran televisi yang paling sederhana membutuhkan beberapa peralatan yaitu:

- a. Satu atau lebih dari satu kamera
- b. *Camera Control Unit* (CCU)

- c. *Preview monitor*
- d. *Switcher*
- e. *Line monitor*
- f. Satu arah atau lebih *videotape recorder*
- g. *Line-out*

2.3 Program Siaran

Output setiap stasiun penyiaran adalah satu tayangan di layar kaca televisi tersusun rapi dalam urutan yang teratur, yang disebut program acara. Program sebagai benda abstrak yang berfungsi memuaskan batiniah, sehingga yang dirasakan oleh khalayak pemirsa diekspresikan sebagai penilaian objektif, yaitu bagus atau kurang bagusnya acara tersebut.

Dampak yang ditimbulkan oleh tayangan program acara tersebut di masyarakat sangat luas, baik dampak positif maupun negatif. Oleh karena itu, para pengelola stasiun penyiaran seyogianya memiliki secara moral satu tanggung jawab yang melekat sesuai aturan yang telah dituangkan dalam kode etik penyiaran. Salah satunya ialah siaran harus dapat meningkatkan kehidupan bermasyarakat yang harmonis, toleransi beragama, melahirkan idealisme untuk meningkatkan nasionalisme, dan pengaruh budaya dalam kerja sama internasional.

Program adalah hal pertama yang harus ada demi terciptanya suatu kegiatan. Di dalam program dibuat beberapa aspek, disebutkan bahwa di dalam setiap program dijelaskan mengenai:

- a. Tujuan kegiatan yang akan dicapai.
- b. Kegiatan yang diambil dalam mencapai tujuan.
- c. Aturan yang harus dipegang dan prosedur yang harus dilalui.
- d. Perkiraan anggaran yang dibutuhkan.
- e. Strategi pelaksanaan (Baksin, 2009).

Melalui program maka segala bentuk rencana akan lebih terorganisir dan lebih mudah untuk dioperationalkan. Hal ini sesuai dengan pengertian program yang diuraikan. Menurut Charles O. Jones pada (2009) dalam buku *Jurnalistik Televisi Teori & Praktik*, program adalah cara yang disahkan untuk mencapai tujuan, beberapa karakteristik tertentu yang dapat membantu seseorang untuk mengidentifikasi suatu aktivitas sebagai program atau tidak yaitu:

- a. Program cenderung membutuhkan staf, misalnya untuk melaksanakan atau sebagai pelaku program.
- b. Program biasanya memiliki anggaran tersendiri, program kadang biasanya juga diidentifikasi melalui anggaran.
- c. Program memiliki identitas sendiri, yang bila berjalan secara efektif dapat diakui oleh publik (Baksin, 2009).

Pada dasarnya, program televisi muncul dikarenakan adanya kebutuhan. Kebutuhan ini memunculkan "*market niche*" atau ceruk pasar yang kemudian dilihat sebagai peluang oleh produsen. Sebuah program dibuat semenarik mungkin untuk menarik penonton dalam jumlah yang besar sehingga pada akhirnya menarik pengiklan dan menghasilkan keuntungan bagi produsen. Untuk

itu produser dan tim kreatif lainnya berusaha untuk membuat program tertentu menjadi semenarik mungkin.

2.3.1 Pengertian Program Siaran

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan. Masing-masing program siaran ini menempati slot waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya. Slot waktu masing-masing program ini dirancang sesuai dengan tema programnya (*programming*), sehingga menjadi satu jadwal siaran setiap harinya.

Pada stasiun tertentu, jadwal program siaran telah dirancang dalam satu bulanan, bahkan enam bulan ke depan. Dikarenakan ketatnya persaingan mendapatkan spot iklan dan proses memasarkan produk program televisi harus melalui tahapan yang cukup panjang. Tetapi ada juga yang menerapkannya secara dinamis, artinya program acara dapat disesuaikan dengan situasi seperti terjadinya satu keadaan darurat.

Dalam keadaan darurat, maka jadwal program acara dapat berubah, misalnya dengan istilah *stop press*, *breaking news*, dan sejenisnya, sehingga beberapa program acara yang terjadwal sebelumnya dapat bergeser waktu tayangnya dan bahkan ditiadakan. Susunan jadwal program siaran ini biasa disebut juga sebagai pola-acara.

2.3.2 Jenis Program Siaran

Secara umum program siaran televisi terbagi dua bagian, yaitu program hiburan populer disebut program *entertainment* dan informasi disebut program berita (*news*). Program informasi yaitu program yang sangat terikat dengan nilai aktualitas dan faktualitasnya, pendekatan produksinya menekankan pada kaidah jurnalistik. Adapun program hiburan yaitu program yang berorientasi memberikan hiburan kepada penonton, di mana nilai jurnalistik tidak diperlukan, tetapi jika ada unsur jurnalistiknya hanya sebagai pendukung.

Meskipun kedua program siaran memiliki karakteristik masing-masing, tidak membuat batasan itu menjadi berdiri sendiri, tetapi ada beberapa program yang berdiri di dua jenis karakteristik program tersebut, tergolong sebagai jenis program informasi sekaligus program hiburan. Misalnya *talk show* dan program *variety show*, di mana konsepnya dapat memiliki nilai hiburan yang artistik, juga memiliki informasi sebagai penunjang program.

Dengan demikian juga sebaliknya, suatu program informasi dapat didukung dengan unsur-unsur hiburan yang artistik, dengan tujuan program dapat memberikan nilai tambah agar enak ditonton. Apalagi dalam era persaingan program yang kian marak, khususnya program di televisi swasta yang berlomba untuk menjadikan program sebagai program yang diminati masyarakat.

Program hiburan atau *entertainment* terbagi dua, yaitu program drama dan nondrama. Pemisahan ini dapat dilihat dalam teknik pelaksanaan produksi dan penyajian materinya. Beberapa stasiun televisi pun memisahkan bagian dari drama dan nondrama. Format program nondrama yaitu; musik, permainan, *reality*

show, pertunjukan, *variety show*, *repackaging*, dan *talk show*. Sedangkan format program drama yaitu; sinetron, film, dan kartun.

Program informasi adalah program yang bertujuan untuk memberikan tambahan pengetahuan kepada penonton melalui informasi. Program informasi terbagi dua format, yaitu *hard news* dan *soft news*. Kedua jenis format program ini memiliki karakteristik berbeda satu sama lain, yaitu:

- a. *Hard news* adalah segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran, karena sifatnya terikat waktu (*time concern*) agar diketahui oleh pemirsa. *Hard news* terbagi dalam tiga kelompok, yaitu:
 - 1) *Straight news*
 - 2) *On the spot reporting*
 - 3) *Interview on air*
- b. *Soft news* atau berita lunak adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*in-depth*), namun tidak bersifat harus segera tayang (*timeless*). *Soft news* dibagi dalam enam kelompok yaitu:
 - 1) *Current affair*,
 - 2) *Magazine*,
 - 3) *Infotainment*,
 - 4) *Feature*,
 - 5) *Dokumenter*,
 - 6) *Sport*.

2.4 Produser

2.4.1 Pengertian Produser

Menurut Morissan (2008) produser televisi adalah orang yang bertanggung jawab mengubah ide/gagasan kreatif ke dalam konsep yang praktis dan dapat dijual. Produser terkadang ikut terlibat secara langsung dalam proses pengambilan keputusan setiap harinya. Ide merupakan hasil pikiran dari seorang perencana program siaran yang dalam hal ini perencana tersebut merupakan seorang produser atau dari orang lain. Penyampaian pesan kepada khalayak melalui media massa sama dengan penyampaian ide yang disampaikan dengan maksud tertentu, karena itu sebelum menuangkan ide ke dalam bentuk naskah siaran, produser harus memerhatikan faktor *audience* agar ide yang berbentuk pesan itu dapat mencapai sasaran yang tepat. Menurut Heru Effendy, produser adalah orang yang mengepalai departemen produksi yang bisa jadi penggerak awal sebuah produksi (Mabruri, 2013, 27-28).

Produser adalah pimpinan produksi yang mengoordinasikan kepada seluruh kegiatan pelaksanaan sejak praproduksi, produksi, pasca produksi dan bertanggung jawab kepada eksekutif produser. Seorang produser harus memiliki selera yang baik, karena di tangan produser suatu program bisa berjalan dan dihasilkan dengan baik dan tidak.

Kinerja seorang produser adalah kunci keberhasilan program. Meskipun sistem kerja stasiun televisi adalah kerja kolektif, namun di sinilah dibutuhkan kemampuan seorang produser dalam seni memimpin, mengorganisasi tim kerja

yang mempunyai keahlian, karakter, latar belakang yang berbeda. Menyatukan dalam satu visi dan tujuan program yang menjadi tanggung jawabnya.

Produser juga harus memiliki kemampuan pengorganisasian dan kreativitas yang baik. Dengan tanggung jawab yang besar maka seorang produser harus mengerti banyak hal, mulai dari masalah kamera, tata cahaya, tata suara, teknik *editing*, *blocking*, serta harus memiliki kemampuan inisiatif, kreativitas yang tinggi, dan selera yang baik. Selera yang baik secara tidak langsung akan menyajikan hal-hal yang terbaik dari yang baik kepada penonton.

Untuk menjaga dan menumbuhkan selera yang baik bagi seorang produser harus memiliki wawasan yang luas, banyak menonton program televisi, menonton film, membaca buku, mengikuti perkembangan teknologi produksi siaran televisi, mengikuti hasil riset, penelitian oleh bagian R&D (*Reseach and Development*).

Kebanyakan produser televisi akan memberitahu bahwa mereka adalah kekuatan kreatif yang membuat berbeda antara siaran berita yang baik dan yang buruk. Produser memaparkan siaran berita, memutuskan apa berita atau konten yang akan menjadi *lead* siaran berita, dan menentukan aliran isi berita atau konten sehingga mereka yang terbaik yang akan memegang perhatian pemirsa. Setiap produser membawa keterampilan tertentu dan kemampuan sendiri pada proses produksi dan pada akhir hari setiap siaran memiliki tampilan yang berbeda. Persaingan untuk audiens sangat ketat (Ted White, Frank Barnes, 2010 dalam Jurnal). Dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa produser adalah seseorang yang bertanggung jawab terhadap semua berita yang disiarkan pada hari tertentu. Istilah lain untuk jabatan ini adalah *editor of the day*.

2.4.2 Tugas Produser

Produser adalah seseorang yang ditunjuk mewakili Produser Pelaksana (Executive Producer) untuk melaksanakan apa yang dikehendaki oleh Produser Pelaksana. Tugas pokok dari produser yaitu:

- a. Menciptakan dan mengembangkan ide untuk memproduksi acara radio dan televisi.
- b. Membuat desain produksi.
- c. Menentukan tim kreatif.
- d. Menentukan satuan kerja produksi.
- e. Bersama dengan pengarah acara memilih dan penentuan pengisi acara.
- f. Menyusun anggaran biaya produksi.
- g. Melakukan koordinasi, promosi dan publikasi.
- h. Melakukan evaluasi terhadap acara yang ditangani (Tommy Suprpto, 2006).

Dalam melaksanakan tugasnya, produser dan beberapa orang lainnya memiliki tugas dan tanggung jawab. Tugas dan tanggung jawab produser dalam empat tahap yaitu

- a. Praproduksi

Praproduksi adalah tahapan pelaksanaan pembahasan dan pencarian ide, gagasan, perencanaan, pemilihan pengisi acara (*talent*), lokasi, dan kerabat kerja (kru).

- b. *Set Up* dan *Rehearsal*

Seperti yang dijelaskan Alan Wurtzel (dalam buku *Siaran Televisi Non-Drama 2015:151*), setup untuk produksi program nondrama dimulai secara berurutan dari set up dekorasi (*stage*), *lighting* dan *audio*, dan terakhir *set up broadcast audio*, video, dan *tape* rekaman. Tahapan ini dilakukan karena *set up lighting* dan *audio* menyesuaikan dari *set up stage*.

Untuk pelaksanaan rehearsal tidak hanya dilakukan kepada pengisi acara, tetapi juga kepada kru yang bertugas diantaranya *switcherman*, *lightingman*, *audioman*, *floor director*, *cameramen*, dan *properties*. Sebelum dimulai *rehearsal* akan dilakukan *briefing* atau pertemuan singkat untuk memberikan penjelasan dan pengarahan acara kepada kru dan pengisi acara.

c. Produksi

Produksi adalah upaya mengubah naskah menjadi bentuk *audio video* (AV). Produksi berupa pelaksanaan perekaman gambar (*taping*) atau siaran langsung (*live*). Berikut beberapa jenis teknik produksi program televisi

- 1) *Taping*, kegiatan merekam adegan dari naskah menjadi bentuk *audio video* (AV). Materi hasil rekamannya akan ditayangkan pada waktu yang berbeda dengan peristiwanya, misalnya rekaman dilakukan pada minggu lalu, ditayangkan minggu ini atau rekaman dilakukan pada pagi harinya, dan disiarkan pada malam hari. Pelaksanaan rekaman produksi dapat dilakukan dengan cara produksi dilaksanakan seluruhnya di dalam studio, produksi dilaksanakan seluruhnya di luar studio, dan produksi dilaksanakan di dalam dan di luar studio. Teknik yang dilakukan dalam

perekaman program siaran televisi yaitu: a) *live on tape*, b) *multi camera recording*, c) *recording in segment*, d) *single camera*.

- 2) *Live* atau siaran langsung, dalam peraturan KPI Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang perilaku penyiaran disebutkan, siaran langsung adalah segala bentuk program siaran yang ditayangkan tanpa penundaan waktu. Ditinjau dalam teknik pelaksanaan produksi, siaran langsung dipersiapkan lebih detail dari program rekaman. Hal ini disebabkan karena dalam program *live* jika terjadi kesalahan tidak akan dapat disempurnakan lagi, sehingga sebelum siaran langsung dilakukan *check and recheck* seluruh fasilitas produksi dan kesiapan seluruh pengisi acaranya dan kru yang bertugas.

d. Pascaproduksi

Pascaproduksi adalah tahapan akhir dari proses produksi program sebelum *on air*. Dalam tahapan pascaproduksi program yang sudah direkam harus melalui beberapa proses, diantaranya *editing offline*, *online*, *insert graphic*, narasi, *effect visual*, dan *audio* serta *mixing*.

2.4.3 Peran Produser

Selain berperan untuk mengarahkan, memantau, membangun mental, meningkatkan kinerja dan *briefing* para timnya sebelum memulai pekerjaannya, produser juga memiliki peran lain seperti yang terdapat di dalam buku *Power Producer* by Dow Smith, terdapat tujuh peran produser televisi berita, yaitu

- a. Jurnalis, produser handal adalah jurnalis dan reporter andalan. Mereka memiliki dorongan profesional untuk menyampaikan pandangan mereka

mengenai dunia kepada audiens. Produser di tingkat ini seperti reporter memiliki kontak dengan narasumber berita dan berbagai komunitas. Sebagai seorang jurnalis, produser handal mempersembahkan laporan yang akurat, adil dan berimbang.

- b. Penulis naskah berita, produser handal merupakan penulis naskah berita yang mumpuni. Mereka menulis untuk didengarkan oleh telinga dan memahami penyelarannya dengan video, suara dan kata-kata untuk merangkai laporan.
- c. Ahli dalam produksi, produser handal menguasai mekanisme dan pertunjukkan televisi. Mereka memeriksa *rundown* dan menyadari dalam naskah berita di dalamnya ada yang luput, mengetahui berapa lama proses *editing* video dan mampu mengendalikan bagaimana proses produksi yang kompleks.
- d. Penulis bidang promosi, menulis naskah yang membuat pemirsa terpana dan membuat mereka menonton sampai selesai merupakan bagian yang perlu diketahui dalam bidang promosi.
- e. Pemimpin sebuah tim, meskipun memimpin sebuah tim bukan bagian dari deskripsi pekerjaan, kepemimpinan penting untuk mengembangkan seorang produser handal. Produser menyatukan puluhan orang dari berbagai departemen untuk menayangkan sebuah program dan mampu memanfaatkan sisi terbaik bidang lain untuk timnya yang berarti bekerja sama dengan sikap saling menghargai dan menciptakan lingkungan yang positif.

- f. Peneliti, agar berhasil menyajikan berita yang dibutuhkan audiens, produser harus memiliki bayangan secara akurat tentang pemirsa.
- g. Mengetahui hukum dan etika, seorang produser memiliki pengetahuan berita mana yang dapat menimbulkan masalah hukum dan berita apa yang dapat menimbulkan masalah etika yang bisa mempermalukan stasiun televisi dan merusak kredibilitasnya.

2.5 Peran

Peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Dari hal di atas lebih lanjut kita lihat pendapat lain tentang peran yang ditetapkan sebelumnya disebut sebagai 30 peranan normatif. Sebagai peran normatik dalam hubungannya dengan tugas dan kewajiban dinas perhubungan dalam penegakan hukum mempunyai arti penegakan hukum secara total *enforcement*, yaitu penegakan hukum secara penuh (Soerjono Soekanto, 2012).

Dalam hal ini kepribadian seseorang juga memengaruhi bagaimana peran itu harus dijalankan. Peran yang dimainkan hakekatnya tidak ada perbedaan, baik yang dimainkan/diperankan oleh pimpinan tingkat atas, menengah maupun bawah akan mempunyai peran yang sama bila ia menduduki peran tertentu. Dari beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa peran adalah suatu sikap atau perilaku yang diharapkan oleh banyak orang atau sekelompok orang terhadap seseorang yang memiliki status atau kedudukan tertentu.

2.5.1 Teori Peran

Teori peran (*role theory*) adalah teori yang merupakan perpaduan dari berbagai teori, orientasi, maupun disiplin ilmu. Istilah “peran” diambil dari dunia teater. Dalam teater, seorang aktor harus bermain sebagai seorang tokoh tertentu dan dalam posisinya sebagai tokoh itu ia diharapkan untuk berperilaku secara tertentu. Selain itu, peran atau *role*, Bruce J. Cohen, 2009 (dalam Soerjono Soekanto, 2012) seperti yang dikutip dalam skripsi Dimas Permana dengan judul Peran Produser pada Program “Provocative Proactive” di 87.6 Hard Rock FM (2012) juga memiliki beberapa bagian, yaitu:

- a. Peranan nyata (*anacted role*) adalah suatu cara yang betul-betul dijalankan seseorang dalam menjalankan suatu peranan.
- b. Peranan yang dianjurkan (*prescribed role*) adalah cara yang diharapkan masyarakat dari kita dalam menjalankan peranan tertentu.
- c. Konflik peranan (*role conflict*) adalah suatu kondisi yang dialami seseorang yang menduduki suatu status atau lebih yang menuntut harapan dan tujuan peranan yang saling bertentangan satu sama lain.
- d. Kesenjangan peranan (*role distance*) adalah pelaksanaan peranan secara emosional.
- e. Kegagalan peran (*role failure*) adalah kegagalan seseorang dalam menjalankan peranan tertentu.
- f. Model peranan (*role model*) adalah seseorang yang tingkah lakunya kita contoh, tiru, ikuti.

- g. Rangkaian atau lingkup peranan (*role set*) adalah hubungan seseorang dengan individu lainnya pada saat dia sedang menjalankan perannya.
- h. Ketegangan peranan (*role strain*) adalah kondisi yang timbul bila seseorang mengalami kesulitan dalam memenuhi harapan atau tujuan peranan yang dijalankan dikarenakan adanya ketidakserasian yang bertentangan satu sama lain.

2.5.2 Konsep Teori Peran

Robert Linton, 2009 (dalam Soerjono Soekanto, 2012) seperti yang dikutip dalam skripsi Satya Dimas Permana dengan judul Peran Produser pada Program “Provocative Proactive” di 87.6 Hard Rock FM (2012), seorang antropolog telah mengembangkan teori peran di mana teori menggambarkan interaksi sosial dalam terminologi aktor-aktor yang bermain sesuai dengan apa-apa yang ditetapkan oleh budaya. Sesuai dengan teori ini, harapan-harapan peran merupakan pemahaman bersama yang menuntun kita untuk berperilaku dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian sosiolog yang bernama Glen Elder (dalam Soerjono Soekanto, 2012) membantu memperluass penggunaan teori peran. Pendekatannya yang dinamakan “*life course*” memaknakan bahwa setiap masyarakat mempunyai harapan kepada siapa anggotanya untuk mempunyai perilaku tertentu sesuai dengan kategori-kategori usia yang berlaku dalam masyarakat.

Faktor-faktor yang memengaruhi dalam menyesuaikan diri dengan peran yang harus dilakukan, yaitu:

- a. Kejelasan perilaku dan pengetahuan yang sesuai dengan peran.

- b. Konsistensi respon orang yang berarti terhadap peran yang dilakukan.
- c. Kesesuaian dan keseimbangan antar peran yang diemban
- d. Keselarasan budaya dan harapan individu terhadap perilaku peran.
- e. Pemisahan perilaku yang akan menciptakan ketidak sesuaian perilaku peran.

2.6 News Anchor

2.6.1 Pengertian News Anchor

News anchor atau pembawa berita adalah orang yang menyajikan berita di berbagai stasiun televisi atau biasa dikenal dengan orang yang duduk di belakang meja di dalam sebuah studio untuk memberi tahu apa yang sedang terjadi di dunia pada hari itu yang disiarkan melalui stasiun lokal atau sebagai berita utama dengan cara *news anchor* mengkompilasikan berita dan menyampaikan kepada khalayak. Tetapi *news anchor* tidak hanya bekerja di dalam studio tetapi juga bekerja di luar studio atau bekerja di lapangan sebagai orang reporter.

Untuk menjadi *news anchor* dibutuhkan sejumlah keterampilan. Yang pertama adalah merasa percaya diri jika berada di depan kamera dan juga dapat terhubung dengan audiens sehingga orang tertarik untuk melihat. Untuk beberapa orang keterampilan ini bukanlah bakat sejak lahir melainkan sesuatu yang dilatih terus menerus. Keterampilan lainnya adalah mampu berimprovisasi dan mampu berbicara dengan baik ketika melakukan wawancara dengan narasumber.

Dari penjelasan di atas bahwa *news anchor* juga merupakan seorang presenter dan reporter, karena dapat tampil di depan kamera dan membacakan berita dari

studio atau dapat membawakan segala jenis program informasi dan dapat ditugaskan untuk melakukan liputan di lapangan.

2.6.2 Prasyarat Menjadi News Anchor

Menurut RM Hartoko (Baksin, 2016: 157) untuk menjadi penyiar televisi yang baik, diperlukan kepribadian yang tepat. Ia menyebutkan beberapa prasyarat untuk menjadi penyiar televisi yang baik, yaitu:

- a. Penampilan yang baik dan perlu didukung oleh watak dan pengalaman.
- b. Kecerdasar pikiran yang meliputi pengetahuan umum, penguasaan bahasa, daya penyesuaian, dan daya ingatan yang kuat sehingga mampu membawakan *annoucement* di depan kamera dengan baik dan jelas tanpa membaca.
- c. Keramahan yang tidak berlebihan sampai *over friendly* yang dapat menjengkelkan dan menjadi tidak wajar. Penampilan penyiar di layar tv harus tetap disertai sopan-santun perjumpaan supaya tidak menyinggung perasaan rata-rata pemirsa.
- d. Jenis suara yang tepat dengan warna suara yang enak menyenangkan untuk didengar dan memiliki wibawa yang cukup mantap, yaitu suara yang menimbulkan kepercayaan, meyakinkan bagi pendengarnya sehingga membuat pemirsa memperhatikan apa yang dikatakan.

Menurut Boyd 1990 (Baksin, 2016: 159), seorang penyiar berita (*news anchor*) harus memiliki:

- a. Otoritas

- b. Kredibilitas
- c. Kejelasan dan kejernihan suara
- d. Komunikatif
- e. Kepribadian kuat
- f. Profesionalitas yang tinggi
- g. Penampilan dan volume suara yang prima.

Bahasa tubuh (*nonverbal*) adalah sesuatu yang penting bagi seorang *news anchor/presenter*, karena audiensi tidak hanya mendengar apa yang disampaikan tetapi juga melihat penampilan presenter secara keseluruhan. Oleh karena itu, dasar secara umum untuk menjadi *news anchor/presenter* dasar yang disebut 3B (*Brain, Beauty, Behavior*).

Brain berarti memiliki kecerdasan dalam mengelola informasi dan memiliki kelebihan di atas rata-rata. *Beauty* berarti saat tampil di depan kamera terlihat mempesona dari bahasa tubuhnya dan akan menarik perhatian audiensi, bukan karena cantik atau tampan. *Behavior* berarti memiliki perilaku yang baik.

Manfaat dari bahasa tubuh adalah untuk membantu menjelaskan atau mengklarifikasi arti pesan atau informasi yang disampaikan. Dapat juga sebagai menambah tekanan arti kata, dan menggambarkan perasaan diri dan sikap diri *news anchor/presenter*. Berikut beberapa bahasa tubuh yang harus diperhatikan oleh *news anchor/presenter* di depan kamera:

- a. Pakaian, cara berpakaian memengaruhi pesan yang disampaikan, karena pakaian dapat menunjukkan identitas seseorang.

- b. *Make up*, tampil di televisi harus dengan penampilan terbaik. Sesuatu yang cantik dan indah akan menarik perhatian audiens.
- c. Gerakan tubuh dan postur, gerak tubuh yang dimaksudkan adalah gambaran sikap. Cara berjalan, cepat atau lambat, tegak atau menunduk, tergesa-gesa. Gerak tubuh dan postur akan berpengaruh pada kualitas suara *news anchor/presenter*.
- d. Kontak mata, kontak mata dengan audiens adalah hal yang harus dilakukan oleh *news anchor/presenter*. Kontak mata adalah sesuatu yang ampuh untuk mengetahui apakah *news anchor* antusias, menyenangkan, percaya dengan apa yang disampaikan, karena audiens dapat merasakannya melalui kontak mata.
- e. Gerakan tangan, gerakan tangan saat tampil di depan kamera dapat menunjukkan pesan yang disampaikan. Gerakan tangan yang berlebihan sebaiknya dihindari karena akan mengganggu arti pesan yang disampaikan. Gerakan tangan disesuaikan dengan pesan yang disampaikan, jika tidak penting tidak perlu ada gerakan tangan.
- f. Ekspresi wajah, yang dimaksud adalah wajah yang terlihat bersahabat, ramah, menyenangkan dengan senyum yang tulus. Ekspresi wajah seorang *news anchor/presenter* dapat dirasakan oleh audiens yang menyaksikan berita yang dibacakan.

Suara adalah hal paling utama bagi *news anchor/presenter*, karena dengan suaranya *news anchor/presenter* menyampaikan informasi (berita). Karakter suara *news anchor/presenter* satu sama lainnya berbeda, karena perbedaan itulah yang

menjadi ciri khas setiap *news anchor*. *News anchor* yang baik adalah yang menggunakan suara aslinya dan tidak meniru-niru orang lain atau berusaha untuk menjadi orang lain yang menjadi idolanya.

News anchor tidak/presenter harus menguasai teknik mengelola suara (*vokal*) agar dapat menghasilkan suara yang baik. Volume suara yang dihasilkan harus bulat dan jelas, memiliki *speed* (kecepatan) mengikuti kondisi, situasi dan ekspresif sehingga dapat memengaruhi audiens. Dapat mengatur tinggi rendahnya suara, dan memiliki *power* (tenaga). Berikut beberapa teknik mengelola suara yang harus dipahami oleh *news anchor*/presenter:

- a. *Pitch*, berhubungan dengan nada suara tinggi dan nada suara rendah.
- b. *Phrasing*, jeda untuk memberikan kesempatan kepada audiens untuk menerima dan mengerti pesan yang disampaikan.
- c. Artikulasi, kejelasan mengucapkan kata-kata.
- d. Intonasi, nada suara, irama bicara, cepat atau lambat atau alunan nada dalam mengucapkan kata-kata, tidak monoton dan tidak datar. Intonasi dapat menentukan antusiasme dan emosi dalam berbicara.
- e. Aksentuasi, logat atau dialek.
- f. Tempo, kecepatan dan kelambatan dalam berbicara secara bervariasi. Ada saatnya sebuah kalimat disampaikan dalam tempo cepat dan lambat.
- g. Infleksi, lagu kalimat atau perubahan nada suara. Dapat membedakan pengucapan kata, tidak monoton dengan adanya penekanan kata yang menunjukkan adanya kelanjutan kalimat atau menurun tekanan menunjukkan kalimat akhir.

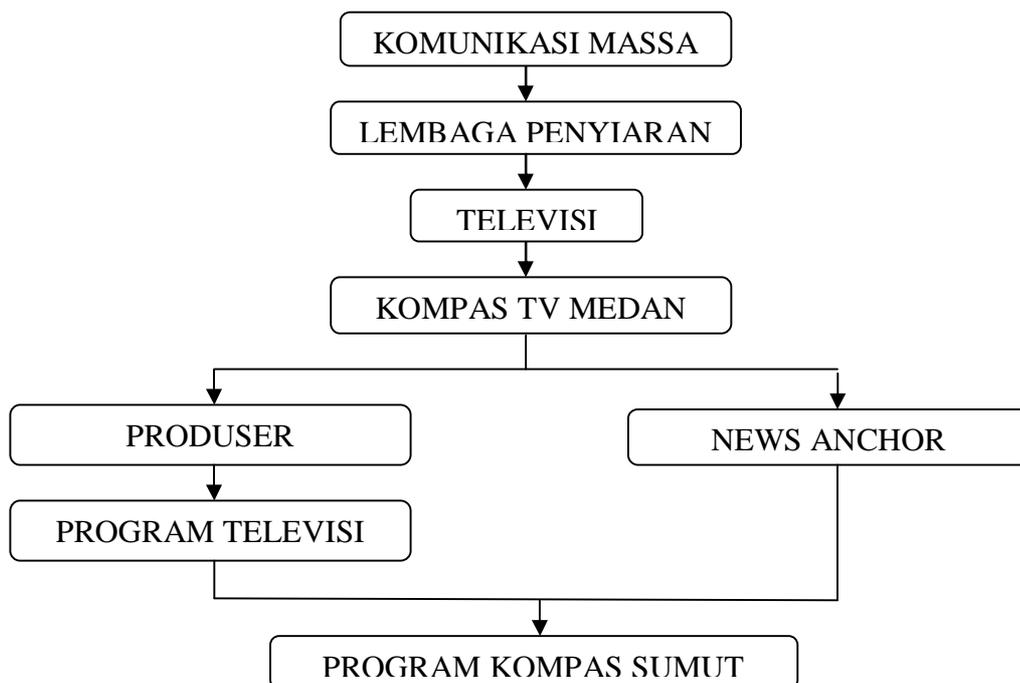
BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini berfokus pada upaya menganalisis dan mendeskripsikan rumusan masalah dalam penelitian ini. Dalam upaya melakukan analisis tersebut, penulis berpandangan bahwa penelitian ini lebih tepat dikaji menggunakan metode kualitatif, sehingga ditemukan masalah-masalah yang terjadi di lapangan yang akan dideskripsikan, dianalisa, serta mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi.

3.2 Kerangka Konsep



3.3 Definisi Konsep

3.3.1 Komunikasi Massa

Jay Black dan Frederick C (Nurudin, 2004:12) mendefinisikan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses di mana pesan-pesan yang diproduksi secara massal atau tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen. Luas di sini berarti lebih besar daripada sekadar kumpulan orang yang berdekatan secara fisik, sedangkan anonim berarti individu yang menerima pesan cenderung asing satu sama lain, dan heterogen berarti pesan dikirimkan kepada orang-orang dari berbagai macam status, pekerjaan, dan jabatan dengan karakteristik yang berbeda satu sama lain dan bukan penerima pesan yang homogen.

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media masa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Salah satu media komunikasi massa adalah televisi yang juga merupakan salah satu media komunikasi massa yang paling diminati.

Dalam proses komunikasi massa menurut Harold D. Lasswell memiliki komponen atau unsur-unsur yaitu “Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect” atau “Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa”

3.3.2 Produser

Menurut Morissan (2008) produser televisi adalah orang yang bertanggung jawab mengubah ide/gagasan kreatif ke dalam konsep yang praktis

dan dapat dijual. Produser terkadang ikut terlibat secara langsung dalam proses pengambilan keputusan setiap harinya. Ide merupakan hasil pikiran dari seorang perencana program siaran yang dalam hal ini perencana tersebut merupakan seorang produser atau dari orang lain. Penyampaian pesan kepada khalayak melalui media massa sama dengan penyampaian ide yang disampaikan dengan maksud tertentu, karena itu sebelum menuangkan ide ke dalam bentuk naskah siaran, produser harus memerhatikan faktor *audience* agar ide yang berbentuk pesan itu dapat mencapai sasaran yang tepat.

Produser adalah pimpinan produksi yang mengoordinasikan kepada seluruh kegiatan pelaksanaan sejak praproduksi, produksi, pasca produksi dan bertanggung jawab kepada eksekutif produser. Seorang produser harus memiliki selera yang baik, karena di tangan produser suatu program bisa berjalan dan dihasilkan dengan baik dan tidak.

3.3.3 News Anchor

News anchor adalah seseorang yang berprofesi membaca berita, tetapi dalam program berita tersebut news anchor juga mampu memberikan improvisasi atau komentar pada berita yang dibacakannya, dan ikut serta memberikan pelaporan langsung pada saat berita tersebut disiarkan. News anchor harus mempunyai banyak keterampilan, bakat dan kepercayaan diri yang tinggi untuk tampil di depan kamera. Terkadang news anchor juga ikut serta dalam perumusan naskah atau script karena news anchor juga berperan sebagai reporter ketika news anchor sedang berada di lapangan untuk melakukan peliputan atau untuk melakukan

siaran langsung (*live*), maka dari itu seorang news anchor juga memiliki *basic* atau dasar sebagai jurnalis.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi	Indikator
Peranan Produser Dalam Meningkatkan	Mengarahkan
Kinerja News Anchor Pada Program	Kreativitas
Kompas SUMUT di KOMPAS TV Medan	Memotivasi

Tabel 3.4 Kategorisasi Penelitian

3.5 Informan atau Narasumber

Informan atau narasumber adalah sumber atau seseorang yang benar-benar mengetahui atau menguasai masalah dan terlibat langsung dengan masalah yang diteliti oleh penulis dengan menggunakan metode kualitatif. Informan atau narasumber di dalam penelitian ini yaitu:

- a. Produser Kompas SUMUT
- b. News anchor Kompas SUMUT

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data.

Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. (Sugiyono, 2017)

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu cara untuk mendapatkan data dengan cara mengamati dan mencatat setiap yang terjadi pada fenomena/objek yang akan diteliti. Pada penelitian ini penulis menggunakan observasi partisipan, karena penulis terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

b. Wawancara

Wawancara dalam konteks penelitian kualitatif adalah sebuah proses interaksi komunikasi yang dilakukan setidaknya dua orang, atas dasar ketersediaan dan dalam setting alamiah, di mana arah pembicaraan mengacu kepada tujuan yang telah ditetapkan dengan mengedepankan trust sebagai landasar utama dalam proses memahami (Herdiansyah, 2013). Pada penelitian ini, penulis menggunakan wawancara semiterstruktur di mana tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2017)

c. Studi Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari

seseorang. Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari metode wawancara dan observasi dalam penelitian kualitatif. (Sugiyono, 2017)

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah:

a. Reduksi Data

Reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, sehingga lebih jelas dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. (Sugiyono, 2017)

b. Penyajian Data

Penyajian data akan memudahkan penulis untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah penulis pahami. (Sugiyono, 2017)

c. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan atau verifikasi adalah langkah ketiga yang merupakan analisis lanjutan dari reduksi data dan penyajian data sehingga

dapat disimpulkan dan penulis masih berpeluang menerima masukan. Kesimpulan ini awalnya masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti yang kuat pada penelitian selanjutnya, langkah ini ditempuh penulis untuk menjawab fokus penelitian dalam penelitian ini

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.8.1 Lokasi Penelitian

Penulis mengambil objek penelitian pada stasiun televisi di kota Medan yaitu KOMPAS TV Medan, Jalan K.H. Wahid Hasyim No. 37 Medan.

3.8.2 Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian yang dimulai pada bulan Januari hingga bulan Februari 2019.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

3.9.1 Profil Kompas TV Medan

Profil Kompas TV Medan sangat diperlukan untuk memberikan gambaran secara luas dan jelas tentang kondisi Kompas TV Medan, khususnya yang bekerja di bidang produksi acara dalam melakukan pengolahan arsip media dan memberikan gambaran bagi penulis untuk penelitian. Adapun bentuk dan isinya adalah sebagai berikut:

Nama perusahaan : PT. Kompas TV Media Informasi

Alamat : K.H Wahid Hasyim no 37 Kel. Babura Kec. Medan Baru,
Medan

Kordinator : Bastian Walters Siahaan

Telephone : 061-4141060

Website : www.kompastv.com

Slogan : TV Berita Dan Inspirasi Indonesia

Tahun pendirian : 2015

Channel : 59UHF

Segment : News

3.9.2 Sejarah Singkat Kompas TV Medan

Kompas TV Medan merupakan televisi berjaringan atau televisi daerah dari Kompas TV Jakarta. Kantor Kompas TV Medan beralamat di gedung Kompas Gramedia, lantai II Jl. K.H Wahid Hasyim No. 37 Kel. Babura Kec. Medan Baru, Medan 20154. Awalnya Kompas TV masih berformat informasi dan entertainment, namun belakangan Kompas TV beralih menjadi media TV berita.

Sejak bulan Juni, Kompas TV Medan memiliki 6 anggota. Kompas TV Medan memiliki siaran lokal mulai awal bulan Desember 2015. Program Kompas TV Medan adalah Kompas SUMUT, Pesona SUMUT, Religi (Menjaga Hati dan Jalan Kasih), Kompas Nusantara, Bincang SUMUT dan K-Shop. Kompas TV Medan awalnya hanya bisa dinikmati dari TV kabel, sejak Desember 2015 Kompas TV Medan sudah berkembang dan dapat dinikmati melalui antena UHF di channel 59 UHF.

Kompas SUMUT tayang setiap hari mulai pukul 06.00-06.30 WIB. Pesona SUMUT tayang setiap hari Senin, Rabu dan Jumat pukul 05.00-05.30 WIB. Program Religi yaitu Menjaga Hari tayang setiap hari Senin-Jumat mulai pukul 04.30-05.00 WIB dan Jalan Kasih tayang setiap hari Sabtu-Minggu mulai pukul 04.30-05.00 WIB. Kompas Nusantara tayang setiap hari Sabtu mulai pukul 05.00-05.30 WIB. Bincang SUMUT tayang setiap hari Senin, Rabu, Jumat (05.30-06.00 WIB) dan setiap hari Selasa, Kamis (05.00-05.30 WIB). K-Shop tayang setiap hari Senin-Minggu mulai pukul 06.30-07.00 WIB dan terakhir ada Kompas Sepekan.

a. Kompas SUMUT

Kompas SUMUT merupakan program berita yang menyajikan informasi dan peristiwa yang terjadi di Medan dan sekitarnya. Waktu tayang setiap hari mulai pukul 06.00-06.30 WIB.

b. Pesona SUMUT

Pesona SUMUT merupakan program informasi seputar hal-hal bersejarah atau sebuah tempat rekreasi yang ada di Sumatera Utara. Waktu tayang setiap hari Senin, Rabu dan Jumat pukul 05.00-05.30 WIB.

c. RELIGI

1) Menjaga hati merupakan program renungan agama bagi umat islam yang disajikan dalam bentuk monolog. Waktu tayang setiap hari Senin-Jumat mulai pukul 04.30-05.00 WIB

2) Jalan kasih merupakan program renungan agama bagi umat kristiani yang disajikan dalam bentuk monolog. Waktu tayang setiap hari Sabtu-Minggu mulai pukul 04.30-05.00 WIB.

d. Bincang SUMUT

Bincang SUMUT merupakan program acara *talkshow* yang membahas seputar persoalan sosial politik dan budaya di Sumatera Utara. Waktu tayang setiap hari Senin, Rabu, Jumat (05.30-06.00 WIB), dan setiap hari Selasa, Kamis (05.00-05.30 WIB).

e. Kompas Nusantara

Kompas Nusantara merupakan program informasi seputar hal-hal bersejarah atau sebuah tempat rekreasi yang ada di Sumatera Utara. Waktu tayang setiap Sabtu mulai pukul 05.00-05.30 WIB.

f. K-Shop

K-Shop merupakan program acara pemasaran produk-produk.

g. Kompas Sepekan

Kompas Sepekan merupakan rangkuman materi berita yang terjadi dalam sepekan dan biasanya hanya rangkuman peristiwa besar yang terjadi di Sumatera Utara.

3.9.3 Visi dan Misi Kompas TV Medan

a. Visi Kompas TV Medan

Menjadi stasiun televisi yang paling kreatif di Asia Tenggara yang mencerahkan kehidupan masyarakat.

b. Misi Kompas TV Medan

Menayangkan program-program dan jasa yang informatif, edukatif, dan menghibur. Melibatkan pemirsa dengan program-program yang independen, khas serta memikat yang disajikan melalui layanan *multiplatform*.

3.9.4 Struktur Kompas TV Medan



Sumber: Profil Kompas TV Biro Medan

Gambar 3.9.4 Struktur Kompas TV Medan

3.9.5 Logo Kompas TV Medan



Sumber: Profil Kompas TV Biro Medan

Gambar 3.9.5 Logo Kompas TV Medan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian dan data yang telah diperoleh, mengenai permasalahan yang telah dirumuskan pada bab I, yaitu Peranan Produser Dalam Meningkatkan Kinerja *News Anchor* Pada Program Kompas SUMUT di Kompas TV Medan.

Wawancara dilakukan pada hari Rabu, tanggal 13 Februari 2019 bertempat di kantor Kompas TV Medan. Wawancara dilakukan dalam waktu sekitar satu jam. Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara dengan narasumber yang merupakan subjek penelitian. Di mana merupakan bentuk pencarian data dan observasi secara langsung di lapangan, kemudian data yang telah diperoleh dianalisis.

4.1 Hasil Penelitian

Setelah melakukan penelitian dengan teknik wawancara kepada narasumber, yaitu Produser dan *News Anchor* program acara Kompas SUMUT di Kompas TV Medan dan melakukan observasi langsung di lapangan penulis dapat menganalisa mengenai Peranan Produser Dalam Meningkatkan Kinerja *News Anchor* Pada Program Acara Kompas SUMUT di Kompas TV Medan yang dapat diketahui pada hasil wawancara dan analisa di bawah ini.

- a. Cara produser mengarahkan *news anchor* dalam melaksanakan tugasnya dan agar mendapatkan berita yang layak tayang dalam meningkatkan

kinerja news anchor pada program acara Kompas SUMUT di Kompas TV Medan

Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa menurut produser kemampuan kerja dari seorang *news anchor*/reporter sangatlah diperlukan karena ketentuan ini mutlak dimiliki oleh setiap *news anchor* Kompas TV Medan, khususnya pada program acara Kompas SUMUT, dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada produser bahwa yang harus dilakukan produser adalah menjelaskan dan menekankan hal-hal yang perlu diperhatikan seorang *news anchor* pada saat membacakan berita dan menerapkan kepada reporter supaya memegang teguh asas-asas jurnalistik ketika bekerja di lapangan sebagai latar belakang kemampuan kerjanya dan hal itu sangatlah berpengaruh dalam perolehan suatu berita. Dimana dalam melakukan reportase seorang *news anchor* atau reporter harus dapat menguasai teknik-teknik dalam pencarian berita itu sendiri, jika seorang *news anchor* tidak dapat menguasainya maka yang terjadi perolehan berita tidak akan sempurna atau sesuai dengan apa yang diinginkan.

Dalam kaitannya dengan pengolahan hasil berita menjadi suatu liputan yang menarik untuk ditonton khalayak, dibutuhkan kemampuan dari seorang *news anchor* atau reporter yang baik dalam bidang peliputan berita televisi dan cara menyampaikan kepada pemirsa. Pada observasi yang peneliti di lapangan peneliti melihat bahwa produser menekankan pada *news anchor* untuk menguasai dan memahami unsur-unsur peliputan berita yang baik serta memahami aspek-aspek berita televisi.

- b. Cara produser menerapkan kreativitasnya dalam meningkatkan kinerja *news anchor*

Dari hasil penelitian yang dilakukan, setiap produser memiliki kreativitas tersendiri terhadap programnya dan timnya termasuk *news anchor*. Kreativitas yang dimiliki produser berperan penting dalam meningkatkan kinerja *news anchor*. Produser mengaplikasikan kreatifitasnya kepada *news anchor* dengan cara melatih kemampuan dasar yang memang sudah dimiliki oleh seorang *news anchor* seperti melakukan peliputan dalam paket *soft news*, *news anchor* melakukan *in frame* dengan *live on tape* di depan kamera.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan, dalam melakukan kegiatan *live on tape* tidak mudah dan diharuskan untuk berlatih berulang-ulang karena hasilnya akan menjadi salah satu materi program, maka dari itu dengan dengan berlatih terus-menerus dan memperbanyak latihan *live on tape*, *news anchor* dapat meningkatkan kinerjanya.

- c. Memberikan motivasi efektif untuk meningkatkan kinerja *news anchor*

Dari hasil penelitian yang dilakukan, salah satu peranan yang dilakukan produser untuk meningkatkan kinerja *news anchor*nya adalah dengan cara memberikan motivasi atau dukungan. Karena dengan motivasi yang diberikan oleh seorang produser, seorang *news anchor* dapat melaksanakan tugasnya dengan lebih baik lagi karena adanya dorongan untuk menjadi lebih baik lagi.

Produser memberikan motivasi atau dukungan kepada *news anchor* dengan cara mendekati diri dan berbaur dengan para *news anchor* baik pada jam kerja

maupun ketika waktu istirahat serta ketika di luar dari kegiatan kerja sebagai bagian dari proses peningkatan mutu hubungan dan korelasi antara kedua belah pihak yang akan menghasilkan kinerja yang baik dari *news anchor*nya. Karena semakin terjalinnya kekeluargaan dengan sesama tim, semakin muncul motivasi untuk menjadi lebih baik lagi.

4.2 Pembahasan

Telah dibahas pada sub bab metode penelitian, bahwa penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Hasil wawancara terhadap dua informan atau narasumber yaitu produser Kompas SUMUT dan *news anchor* Kompas SUMUT adalah produser memiliki peranan penting dalam upaya meningkatkan kinerja *news anchor*nya.

Pada penelitian ini, arahan dari produser merupakan hal yang penting dalam upaya meningkatkan kinerja *news anchor*. Arahan yang diberikan pun berbeda-beda karena ketika berada di studio dan berada di lapangan kemampuan dasar yang dimiliki pun berbeda, maka dari itu seorang *news anchor* adalah seseorang yang *multi-tasking*. *Multi-tasking* yang dimaksud disini adalah, seorang *news anchor* mampu mengerjakan banyak hal yang berkaitan dengan pekerjaannya seperti mampu menjadi *news anchor* atau pembaca berita di dalam studio, mampu menjadi reporter ketika berada di lapangan untuk melakukan peliputan, mampu menggunakan kamera jika keadaan mendesak, dan mampu menjadi wartawan atau

jurnalis untuk memperoleh berita. Produser selalu memberikan arahan kepada *news anchor* bahwa ada beberapa hal yang perlu ditekankan dalam pembacaan berita, bagaimana ekspresi yang harus digunakan ketika membawakan suatu buletin ataupun *softnews*. Ketika berada di lapangan kemampuan dasar jurnalistik yang dimiliki *news anchor* memudahkan produser untuk memberikan arahan yang tetap mengikuti Kode Etik Jurnalistik.

Peranan produser yang lainnya adalah memiliki kreativitas. Kreativitas merupakan suatu proses mental individu yang menghasilkan gagasan, proses, metode, ataupun produk baru yang efektif yang bersifat imajinatif, fleksibel, suksesi, dan diskontinuitas, yang berdaya guna dalam berbagai bidang untuk pemecahan suatu masalah. Jadi kreativitas merupakan bagian dari usaha seseorang dan kreativitas akan menjadi senin ketika seseorang melakukan kegiatan. Kreativitas yang dimiliki produser kemudian disampaikan kepada *news anchor* dan diaplikasikan dengan cara mengasah kemampuan *live report* di depan kamera atau *live on tape* di depan kamera agar kemampuan dan kepercayaan diri seorang *news anchor* semakin bertambah sehingga dapat meningkatkan kinerja *news anchor*.

Selain dua peranan di atas, dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa motivasi yang diberikan produser berperan dalam meningkatkan kinerja *news anchor*. Karena dengan adanya dorongan, *news anchor* dapat melaksanakan tugasnya dengan semaksimal mungkin. Produser memberikan motivasi kepada *news anchor* dengan cara melakukan pendekatan atau berbaur bersama para *news anchor* ketika jam kerja ataupun ketika melakukan kegiatan di luar jam kerja.

Karena semakin tipis jarak yang diciptakan antar sesama tim semakin mudah untuk memberikan motivasi yang membangun dan semakin besar dorongan bagi *news anchor* untuk meningkatkan kinerjanya.

Produser berperan dalam meningkatkan kinerja *news anchor*nya tidak hanya melalui tatap muka langsung atau *face to face*, tetapi ketika berjauhan, produser juga tetap dapat membantu *news anchor* ketika akan atau sedang melaksanakan tugasnya. Karena seiring majunya perkembangan zaman dan teknologi, memungkinkan bagi produser dan *news anchor* untuk tetap dapat berbagi atau berdiskusi dan memudahkan produser untuk meningkatkan kinerja *news anchor*.

Sebagai *news anchor* yang bekerja di Kompas TV Medan dituntut untuk memiliki banyak kemampuan karena *news anchor* di Kompas TV Medan bersifat *mobile*, tidak hanya berada di dalam studio untuk membacakan dan membawakan suatu program saja, tetapi juga berada di luar studio atau di lapangan untuk melakukan liputan atau siaran langsung pada saat dibutuhkan. Karena untuk menjadi *news anchor* juga harus memiliki keterampilan dan pengetahuan *basic* atau dasar di dalam dunia penyiaran dan jurnalistik, *basic* atau kemampuan tentang dunia penyiaran dan jurnalistik yang dimiliki seorang *news anchor* harus terus-menerus diasah. Maka dari itu peranan yang dimiliki seorang produser penting untuk membantu *news anchor* dalam meningkatkan kinerjanya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan penelitian yang telah disampaikan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Produser memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja *news anchor*. Seperti memberikan arahan agar dalam melakukan tugasnya *news anchor* lebih total, menyampaikan kreativitas yang dimiliki produser, memberikan masukan-masukan berguna, dan memberikan dorongan.
2. Kreativitas dari produser diterapkan dengan baik oleh *news anchor* dan sangat berguna untuk mengasah bakat kemampuan *news anchor*.
3. Motivasi yang diberikan produser dibangun dari kedekatan antar sesama tim, dengan demikian *news anchor* menjadi lebih terdorong untuk melakukan tugas dan fungsinya dengan lebih baik lagi.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Saran yang dapat diberikan untuk Kompas TV Medan adalah Kompas TV disarankan untuk terus melatih para produser maupun *news anchor*nya

untuk lebih bekerja profesional dan melatih kemampuan intelektualitas pribadi demi menghasilkan karya jurnalistik televisi yang unggul dan pemirsa Kompas TV akan lebih puas terhadap tayangan-tayangan dan produksi siaran televisi yang dihasilkan oleh Kompas TV, khususnya Kompas TV Biro Medan.

2. Saran yang dapat diberikan di dalam penelitian ini adalah agar peneliti selanjutnya menggali lebih dalam lagi bagaimana peranan produser dan apa saja yang dilakukan produser dan meningkatkan lagi ketelitian baik dalam segi kelengkapan data yang diperoleh dari perusahaan dan dari data penelitian yang telah dilakukan. Sehingga penelitian tersebut dapat menemukan suatu solusi yang lebih baik lagi.
3. Saran yang dapat diberikan untuk produser Kompas TV Medan dalam penelitian ini adalah agar produser lebih menjalankan lagi tugasnya lebih baik dalam mengarahkan *news anchor* baik ketika berada di studio maupun ketika berada di lapangan.
4. Saran yang dapat diberikan untuk produser Kompas TV Medan dalam penelitian ini adalah agar produser lebih banyak lagi memunculkan ide dan kreativitasnya yang kemudian akan diterapkan oleh *news anchor* demi meningkatnya kualitas dan kinerja *news anchor*. Disarankan juga agar produser selalu memberikan motivasi/dorongan kepada *news anchor* dan tidak sungkan untuk menegur ataupun memberikan kritik yang membangun demi meningkatkan kinerja dan kualitas seorang *news anchor*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvaro, dkk. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatam Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baksin, Askurifai. 2010. *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Surabaya: Kencana Prenada Media Group.
- Djamal, Hidajanto & Andi Fachruddin. 2013. *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Emzir. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Depok: Rajawali Pers.
- Latief, Rusman & Yusiatie Utud. 2017. *Kreatif Siaran Televisi: Hard News, Soft News, Drama, Nondrama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- _____. 2015. *Siaran Televisi Non-Drama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mabruri, KN Anton. 2013. *Manajemen Produksi Program Acara TV Format Acara Non-Drama, News, & Sport*. Jakarta: PT Grasindo
- Morissan. 2015. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2017. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soekanto, Soejono. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suprpto, Tommy. 2006. *Berkarier di Bidang Broadcasting*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Deahl, Rachel. "How to Become a TV News Anchor" (Oktober 2018): 9 Desember 2018
<https://www.thebalancecareers.com/tv-news-anchor-2316061>
- Armando, FY. 2010. *PERANAN PRODUSER DALAM MENINGKATKAN KINERJA REPORTER PADA PROGRAM ACARA NGOPI EUY DI BANDUNG TV*. Bandung: FISIP UNIKOM.
- Muliawati, AI. 2015. *PERAN PRODUSER DALAM PROGRAM "NEGERI ½ DEMOKRASI" DI tvOne*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Soraya, S. 2010. *YouTube: Broadcasting The World dan Opini Mahasiswa (Studi Deskriptif tentang Opini Mahasiswa Universitas Sumatera Utara terhadap Penggunaan Situs YouTube sebagai Media Komunikasi Global)*. Medan: FISIP USU
- Khusna, Ida Arifatul. "Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Kangen Tembang-Tembung di ADiTV Yogyakarta" (Juli, 2018): 9 Desember 2018
<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/ojs/index.php/ilkom/article/view/12620/12165>
- Undang-Undang Penyiaran No 32 Tahun 2002
- Profil Kompas TV Biro Medan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Adlina Wahyuni
Tempat/Tanggal Lahir : Pabatu, 4 Juni 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : JL. PERMATA LK. I, Kel. Pabatu, Kec. Padang Hulu
Anak ke : 4 (empat) dari 4 (empat) bersaudara

Nama Orang Tua

Ayah : Sugiono
Pekerjaan : Pensiunan BUMN
Ibu : Rosdiana Lubis
Alamat : JL. PERMATA LK. I, Kel. Pabatu, Kec. Padang Hulu

Pendidikan Formal

2003-2009 : SD 106858 Kedai Damar
2009-2012 : SMP Negeri 1 Tebing Tinggi
2012-2015 : SMA Negeri 1 Tebing Tinggi
2015-2019 : S1 Ilmu Komunikasi