BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1. Perkembangan dan Definisi Ilmu Komunikasi

Ilmu Komunikasi merupakan fenomena sosial, kemudian menjadi ilmu yang secara akademik perdisiplin mandiri. Ilmu komunikasi juga merupakan ilmu yang mempunyai kontinuitas tinggi, tidak bersifat absolut atau berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman, hal ini dikarenakan objek materi dari Ilmu Komunikasi adalah perbuatan, perilaku atau tingkah laku manusia yang selalu dipengaruhi oleh lingkungan dimana dia berada, sehingga manusia selalu terbentuk dari bagaimana dia berada di lingkungan, diamana dia berada dan berinteraksi.

Sedangkan studi komunikasi karena permasalahan-permasalahan yang timbul akibat komunikasi. Di sini karena manusia tidak bias hidup sendirian. Ia sacar kodrat harus hidup perdanpingan atau bersama manusia lain, baik demi kelangsungan hidupnya, maupun keturunnya. Maksudnya bahwa manusia harus hidup bermasyarakat, sehingga manusia perlu untuk selalu berkomunikasi dengan manusia lainnya.

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communicatio* atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*).

Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama, Para pakar komunikasi mendefinisikan komunikasi secara berbeda, berikut beberapa definisi tentang komunikasi :

Carl I. Hovland dalam **Deddy Mulyana**, mendefinisakan Komunikasi adalah : “

> proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk merubah perilaku orang lain (komunikan). (Mulyana 2002: 62).

Gerald R. Miller dalam **Deddy Mulyana**, menjelaskan bahwa “ komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaiakan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima” (Mulyana, 2002: 62)

Sedangkan **Harold Laswell** dalam **Deddy Mulyana**. Mengemukakan rumusan komunikasi dari unsur- unsur komunikasinya itu sendiri, yaitu :

- *Who*, (unsur komunikator yang menyampaikan pesan/informasi)
- *Says What*, (unsur message atau isi pesan yang dikomunikasikan)
- *In Which Channel*, (unsur alat-alat komunikasi atau media yang digunakan)
- *To Whom*, (unsur audience/komunikan yaitu penerima komunikasi)
- *With What Effect*, (unsur pengaruh yang ditimbulkan komunikasi) (Mulyana 2003:62).

Mengacu kepada pendapat **Laswell** sebagaimana dikutip oleh **Deddy Mulaya** tersebut, maka sedikitnya terdapat tiga komponen pokok dalam proses komunikasi, yaitu : komunikator, pesan, dan komunikan.

Berdasarkan gambaran diatas kita dapat melihat bahwa pengertian komunikasi begitu kompleks apabila dilihat dari berbagai sudut pandang dan

tidak sesederhana yang dibayangkan. Sehingga wajar apabila komunikasi yang merupakan kebutuhan essensial manusia dijadikan suatu ilmu tersendiri. Pengertian komunikasi tidak hanya terbatas pada penyampaian dari komunikator terhadap komunikan, tetapi lebih dari itu setiap kegiatan komunikasi mempunyai media yang mampu menimbulkan suatu efek tertentu bagi tujuan atau sasaran.

2.1.2 Komponen-komponen Komunikasi

Berdasarkan beberapa pengertian komunikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi terdiri dari proses yang di dalamnya terdapat unsur atau komponen. Menurut oleh **Onong Uchjana Effendy**, Ruang Lingkup Ilmu Komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari :

1. Komunikator (*communicator*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*media*)
4. Komunikan (*communicant*)
5. Efek (*effect*) (**Effendy**, 2005:6)

Sama hal dengan apa yang di ungkapkan oleh **Lasswell** yang memberikan paradigma bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

2.1.2.1. Komunikator dan Komunikan

Hal yang terpenting dalam proses komunikasi adalah adanya Komunikator dan komunikan, karena komunikator dan komunikan adalah unsur terpenting dalam komunikasi. Sedangkan Komunikator sering juga

disebut sebagai sumber atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

Hafied Cangara dalam bukunya ”Pengantar Ilmu Komunikasi” mengatakan bahwa:

> ”Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga” (Cangara, 2004:23).

Sementra komunikan atau penerima, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*.

Cangara menjelaskan, ”Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai, atau negara”. Selain itu, ”dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber”. **Cangara** pun menekankan:

> ”Kenallah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak), berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi” (Cangara, 2004:25).

2.1.2.2. Pesan

Pesan yang dalam bahasa Inggris disebut *message*, *content*, atau *information*, salah unsur dalam komunikasi yang teramat penting, karena

salah satu tujuan dari komunikasi yaitu menyampaikan atau mengkomunikasikan pesan itu sendiri. **Cangara** menjelaskan bahwa:

> ”Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda” (Cangara, 2004:23).

2.1.2.3. Media

Media dalam proses komunikasi yaitu, ”Alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima” (Cangara, 2004:23).

Media yang digunakan dalam proses komunikasi bermacam-macam, tergantung dari konteks komunikasi yang berlaku dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi antarpribadi misalnya, dalam hal ini media yang digunakan yaitu pancaindera.

Selain itu, ”Ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi” (Cangara, 2004:24).

Lebih jelas lagi **Cangara** menjelaskan, dalam konteks komunikasi massa media, yaitu:

> ”Alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surata kabar, majalah, buku, *leaflet*, brosur, stiker, buletin, *hand out*, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain: radio, film, televisi, *video recording*, komputer, *electronic board*, *audio casette*, dan semacamnya” (Cangara, 2004:24).

2.1.2.4. Efek

Efek atau dapat disebut pengaruh, juga merupakan bagian dari proses komunikasi. Namun, efek ini dapat dikatakan sebagai akibat dari proses komunikasi yang telah dilakukan. Seperti yang dijelaskan **Cangara**, masih dalam bukunya ”Pengantar Ilmu Komunikasi”, pengaruh atau efek adalah:

> ”Perbedaaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang” (De Fleur, 1982, dalam Cangara, 2004:25).

Oleh sebab itu, **Cangara** mengatakan, ”Pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan” (Cangara, 2004:25).

2.3. Tinjauan Tentang Komunikasi Antar Persona

2.3.1. Definisi Komunikasi Antar Persona

Banyak definisi tentang komunikasi antarpribadi atau (*antarpersonal communication*), beberapa di antaranya adalah sebagai berikut :

- Joseph De Vito (1976) : “Pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan umpan balik langsung”
- Schramm (1974) dianatara manusia saling bergaul, ada yang saling membagi informasi, namun ada pula membagi gagasan dan sikap. Proses pengaruh pesan tersebut merupakan suatu yang bersifat psikologis yang pada akhirnya membentuk proses sosial di masyarakat.
- Dalam buku teori komunikasi dalam teori dissonasi kognitif (*theory of cognitive dissonance*) yang di ungkapkan bahwa

  > “manusia memperoleh informasi yang di terima melalui dua tahap : pertama, sensory input yakni terjadinya proses pengindaran stimulus yang ada di lingkungan tidak semua stimulus yang akan di serap oleh alat indra. Hanya stimulus yang sesuai dengan kebutuhan saja yang masuk dalam proses ini. Kedua : central processing. Pada tahap ini terjadi proses pemberian makna (persepsi)

> terhadap informasi yang masuk. Pemberian makna adalah proses yang rumit dan melibatkan bayak factor internal dan eksternal. Ketiga : information storage, yakni tahap penyimpanan informasi yang masuk kegudang memori manusia. Ada dua tipe gudang memori : memori jangka pendek (*short term memory*) dan memori jangka panjang *(longterm memory)*. Keempat : information retrieveal yakni pemanggilan kembali informasi yang di simpan dalam gudang memori. Kelima : utilization, bagaimana cara kita memanggil dan mentranformasikan informasi akan mempengaruhi perilaku nonverbal dan pembicaraan yang akan di lakukan" (Greffin, 2003:112-114, dalam buku rohim, 2002:70-71).

Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik yang melibatkan hanya dua orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal, seperti suami-isteri, dua sejawat, dua sahabat dekat, seorang guru dengan muridnya, dan sebagainya.

Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (dalam Deddy Mulyana, 2005) mengatakan ciri-ciri komunikasi diadik adalah: Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat, Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.

2.3.2. Faktor-Faktor Personal yang Mempengaruhi Hubungan Antarpersonal Berhasil

Jalaludin Rakhmat meyakini bahwa komunikasi antarpribadi dipengaruhi oleh persepsi antarpersonal; konsep diri; atraksi antarpersonal; dan hubungan antarpersonal.

1. Persepsi antarpersonal

Persepsi adalah memberikan makna pada stimuli inderawi, atau menafsirkan informasi inderawi. Persepi antarpersonal adalah memberikan makna terhadap stimuli inderawi yang berasal dari seseorang(komunikan), yang berupa pesan verbal dan nonverbal. Kecermatan dalam persepsi antarpersonal akan berpengaruh terhadap keberhasilan komunikasi, seorang peserta komunikasi yang salah memberi makna terhadap pesan akan mengakibat kegagalan komunikasi.

2. Konsep diri

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Konsep diri yang positif, ditandai dengan lima hal, yaitu:

a) Yakin akan kemampuan mengatasi masalah
b) Merasa stara dengan orang lain
c) Menerima pujian tanpa rasa malu
d) Menyadari, bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat.
e) Mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubah.

Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi antarpribadi, yaitu:

a) Nubuat yang dipenuhi sendiri. Karena setiap orang bertingkah laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Bila seseorang mahasiswa menganggap dirinya sebagai orang yang rajin, ia akan berusaha menghadiri kuliah secara teratur, membuat catatan yang baik, mempelajari materi kuliah dengan sungguh-sungguh, sehingga memperoleh nilai akademis yang baik.
b) Membuka diri. Pengetahuan tentang diri kita akan meningkatkan komunikasi, dan pada saat yang sama, berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri kita. Dengan membuka diri, konsep diri menjadi dekat pada kenyataan. Bila konsep diri sesuai dengan pengalaman kita, kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman-pengalaman dan gagasan baru.
c) Percaya diri. Ketakutan untuk melakukan komunikasi dikenal sebagai *communication apprehension*. Orang yang aprehensif dalam komunikasi disebabkan oleh kurangnya rasa percaya diri. Untuk menumbuhkan percaya diri, menumbuhkan konsep diri yang sehat menjadi perlu.
d) Selektivitas. Konsep diri mempengaruhi perilaku komunikasi kita karena konsep diri mempengaruhi kepada pesan apa kita bersedia membuka diri (terpaan selektif), bagaimana kita mempersepsi pesan

(persepsi selektif), dan apa yang kita ingat (ingatan selektif). Selain itu konsep diri juga berpengaruh dalam penyandian pesan (penyandian selektif).

3. Atraksi antarpersonal

   Atraksi antarpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang. Komunkasi antarpribadi dipengaruhi atraksi antarpersonal dalam hal:

   a) Penafsiran pesan dan penilaian. Pendapat dan penilaian kita terhadap orang lain tidak semata-mata berdasarkan pertimbangan rasional, kita juga makhluk emosional. Karena itu, ketika kita menyenangi seseorang, kita juga cenderung melihat segala hal yang berkaitan dengan dia secara positif. Sebaliknya, jika membencinya, kita cenderung melihat karakteristiknya secara negatif.
   b) Efektivitas komunikasi. Komunikasi antarpribadi dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Bila kita berkumpul dalam satu kelompok yang memiliki kesamaan dengan kita, kita akan gembira dan terbuka. Bila berkumpul dengan denganorang-orang yang kita benci akan membuat kita tegang, resah, dan tidak enak. Kita akan menutup diri dan menghindari komunikasi.

4. Hubungan antarpersonal
   Hubungan antarpersonal dapat diartikan sebagai hubungan antara seseorang dengan orang lain. Hubungan antarpersonal yang baik akan menumbuhkan derajad keterbukaan orang untuk mengungkapkan dirinya, makin cermat persepsinya tentang orang lain dan persepsi dirinya, sehingga makin efektif komunikasi yang berlangsung di antara peserta komunikasi.[1]

2.3.3. Faktor-Faktor Situasional Yang Mempengaruhi Hubungan Antar Pribadi Berhasil

1. Daya Tarik Fisik
   Dalam beberapa penelitian mengungkapkan bahwa daya tarik fisik sering menjadi penyebab utama Atraksi personal. Orang-orang yang berwajah cantik dan ganteng cenderung mendapat penilaian yang baik dan dikatakn mempunyai sifat-sifat yang baik.
2. Ganjaran

[1] http://adiprakosa.blogspot.com/2008/07/komunikasi-antarpribadi.html

Kita cenderung menyenangi orang yang memberi ganjaran pada kita. Ganjaran itu berupa bantuan, dorongan moral, pujian, atau hal-hal yang meningkatkan harga diri kita. Kita akan menyukai orang yang menyukai kita.

3. Familiarity
   Yaitu hubungan kita dengan orang-orang yang sudah kita kenal. Menurut Robert B. Zajonc, semakin sering orang melihat seseorang maka ia akan semakin menyukainya.
4. Kedekatan (Proximity)
   Orang cenderung menyenangi mereka yang berdekatan dengannya, baik rumah, tempat tidur, tempat duduk, dan sebagainya.
5. Kemampuan
   Kita cenderung menyenangi orang-orang yang memiliki kemampuan lebih tinggi daripada kita atau lebih berhasil dalam kehidupannya. Dalam penelitian Aronson, orang yang paling disenangi adalah orang yang memiliki kemampuan tinggi tapi menunjukkan beberapa kelemahan.[2]

2.4. Tinjauan Tentang Reporter dan Presenter TV

2.4.1. Definisi Reporter

Reporter dalam Buku Askurifai Baksin mengatakan bahwa Repoeter adalah seorang yang bertugas untuk melakukan liputan di lapangan. Reporter diharapkan muncul dalam paket berita yang tengah dikerjakan. Sedangkan tugas reporter sendiri ada yang di studio dan di luar studio, untuk tugas di studio, reporter bertugas sebagai anchor yang menyampaikan berita kepada pemirsa, sedangkan tugas reporter di luar adalah melaporkan beita yang di perolah ke stasiun Tv penyiaran, baik on live (langsung), maupun record (rekaman).

Ragam Penampilan Reporter di Televisi sangat pervariatif di antaranya :

[2] http://melfit.blogspot.com/2009/12/faktor-personal-dan-situasional-yang.html

1. **Reporter On the Spot and On the Screen**
   Reporter berada di lokasi kejadian/peristiwa, ketika melaporkannya dan tampil di layar televisi.
2. **Reporter On the Spot and Off the Screen**
   Reporter berada di lokasi kejadian/ peristiwa, namun tidak tampil di layar televisi.
3. **Reporter Off the Spot and On the screen**
   Reporter tidak berada di lokasi kejadian/ peristiwa, namun tampil di layar televisi. Bisa saja menggunakan teknik *chroma-key*.
4. **Reporter Off the Spot and Off the Screen**
   Reporter tidak berada di lokasi kejadian/ peristiwa dan juga tidak tampil di layar televisi. Reporter hanya mengisi suara atau menggantikan suara reporter lainnya / dubber. Dapat juga menggunakan data *FLOB (Full Library Operational Backup)* / kepustakaan / dokumentasi. Atau menggunakan foto diri reporter atau peta lokasi.[3]

2.4.2. Presenter TV

Sementara Presenter dalam buku Jurnalistik Televisi oleh Askurifai Baksin, mengatakan bahwa presenter adalah seorang yang tampil di depan kamera dan membacakan berita dari studio atau orang yang membawakan segalah jenis program Tv dari studio. Sementara istilah lain presenter adalah *Anchor* dan *reader*.

Presenter sendiri di bagi menjadi 3 jenis : *continuity presenter, host* (presenter sebuah acara), dan *anchor*. Khusus untuk tanyangan MTV ada istilah yang awalnya diambil dari radio, yakni VJ-MTV (*video jocky music television)*.

Sedangkan *continuity presenter*, presenter dengan sebutan ini adalah jenis presenter yang bertugas mengantarkan acara-acara televisi kepada pemirsa, mereka berungsi sebagai perangkai dari satu acara ke

[3] *images.telecuster.multiply.multiplycontent.com/.../**REPORTER**%20TELEVISI.ppt?*

satu acara lainnya, dengan penampila yang menarik dan mengulas acara yang akan ditanyangkan.

Sedagkan Host adalah orang yang memegang acara tertentu, dan identik dengan acara yang dibawakannya, jadi Host ikut andil dalam memegang peranan penting dalam memikat pemirsanya.

Sedangkan Anchor adalah istilah buat presenter yang menyampaikan berita, terlebih dari semua ini, presenter harus menarik, cerdas, tidak membosankan dan memiliki suara yang enak di dengar sesuai dengan jenis presenter yang di tekuni.

Newspresenter, secara umum, adalah orang yang mempresentasikan sebuah program berita di TV, Radio, atau Internet. Istilah ini tidak digunakan secara umum oleh orang di dalam industri (pertelevisian), karena mereka cenderung menggunakan istilah yang lebih terdeskripsi atau kadang-kadang khusus (sesuai negara). Contohnya adalah "*newsreader*", "*newscaster*", dan "*newsanchor*"

1. ***Newscaster***
   Newscaster adalah presenter berita yang dia sendiri adalah sebagai reporter aktif, yang juga berperan dalam proses pembuatan naskah berita bagi bulletin berita tersebut.
   Sebelum era televisi, siaran berita radio sering mencampurkan antara berita dengan opini di mana masing-masing presenter memiliki gaya yang berbeda-beda. Presenter semacam ini sering pula disebut sebagai komentator. Presenter berita terakhir dalam tipe ini adalah Paul Harvey. Istilah newscaster menjadi umum untuk membedakan antara presenter dari berita umum dengan komentator.
   Akan tetapi, di Inggris, presenter yang bekerja di ITN sering disebut sebagai *newscaster* (sudah dimulai semenjak 1950-an), sementara yang bekerja di BBC menyebut diri dengan *newsreader*.
2. ***Newsanchor***

> Di Amerika Serikat dan Kanada, presenter dari program berita, lebih sering disebut sebagai newsanchor (kadang kala disebut *anchorperson*, *anchorman*, atau *anchorwoman*), dan bukan sebagai "*newscaster*". Anchorman adalah orang yang mempresentasikan materi yang telah dipersiapkan untuk program berita, dan, kadang kala, harus pula berimprovisasi komentar untuk presentasi langsung. Banyak newsanchor yang terlibat juga dalam proses pembuatan atau pengeditan berita.
> Istilah "anchorman" pertama kali dikemukakan oleh produser Don Hewitt, dan PBS mencatat penggunaan pertama kali pada tanggal 7 Juli 1952, untuk mendeskripsikan peran Walter Cronkite dalam Konvensi Partai Republik dan Partai Demokrat. Menurut Hewitt, istilah ini mengacu pada "*anchor leg*" dalam balapan relay.[4]

2.4.3. Pembawa Berita

Presenter berita adalah orang yang membawakan atau mengantarkan acara berita di televisi atau radio. Istilah ini biasa dipakai di industri televisi di Indonesia dan merupakan padanan penyiar berita yang juga banyak dipakai di radio. Secara internasional dikenal tiga kategori yakni pembaca berita (*newsreader*)**,** penyiar berita (*newscaster*)**,** dan jangkar berita (*anchor*)**.**

2.4.4. Perbedaan peran

1. **Pembaca Berita**
   Pembaca berita adalah pembawa acara yang berperan membacakan berita, dalam dunia modern, teknologi memungkinkan para jurnalis melakukan siaran langsung dari lokasi kejadian, sehingga mengurangi peran utama sang pembaca berita.
   Sejak tahun 1980an banyak lembaga penyiaran yang berpindah dari sekedar memakai pembaca berita, yang kebanyakan adalah aktor yang sekedar membacakan naskah yang ditulis orang lain dan tidak punya peran dalam peliputan berita. Stasiun seperti TVRI juga berpindah menggunakan penyiar berita yang terlibat dalam pembuatan berita dan bukan sekedar membacakannya.
2. **Penyiar berita**

[4] http://newsanchoradmirer.wordpress.com/2009/06/01/pengertian-news-presenter/

Penyiar berita adalah orang yang menyiarkan program berita dan ia juga bekerja sebagai jurnalis and ikut dalam peliputan berita atau produksi berita, yakni aktif ikut serta dalam membuat naskah berita yang akan dibacakannya. Istilah ini diperkenalkan di tahun 1980an untuk membedakan jurnalis aktif dari pembaca berita, jenis presenter berita sebelumnya.

3. **Jangkar berita**

Jangkar berita atau news anchor, adalah jurnalis televisi atau radio yang membawakan materi berita, dan sering terlibat memberikan improvisasi komentar dalam siaran langsung. Istilah ini utamanya dipakai di Amerika Serikat dan Kanada. Banyak news anchor terlibat dalam penulisan dan/atau penyuntingan berita bagi program mereka sendiri. News anchor juga mewawancara narasumber di studio atau memandu program diskusi. Banyak juga yang menjadi komentator dalam berbagai program berita.

Istilah anchor (juga *anchorperson*, *anchorman*, atau *anchorwoman*) diperkenalkan oleh produser CBS News Don Hewitt. CBS pertama kali memakainya pada 7 Juli 1952 untuk menjelaskan peran penyiar Walter Cronkite pada saat Konvensi Nasional Partai Demokrat dan Republik.[5]

2.5. Tinjauan Tentang Jurnalistik dan Pers

2.5.1. Definisi Jurnalistik

Menurut **Asep Syamsul M Romli** melalui bukunya ”Jurnalistik Terapan, Pedoman Kewartawanan dan Penulisan”, pengertian jurnalistik dapat dilihat dari tiga sudut pandang, yaitu pengertian jurnalistik secara harfiyah, konseptual, dan praktis.

Secara harfiyah, jurnalistik (*journalsitic*) yaitu:

> ”Kewartawanan atau hal-ihwal pemberitaan. Kata dasarnya ’jurnal’ (*journal*), artinya laporan atau catatan, atau ’jour’ dalam bahasa Prancis yang berarti ’hari’ (*day*) atau ’catatan harian’ (*diary*). Dalam bahasa Belanda, *journalistiek* artinya penyiaran catatan harian” (Romli, 2005:1).

[5] http://newsanchoradmirer.wordpress.com/2009/06/01/pengertian-news-presenter/

Sementara secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandang, yaitu:

1. Sebagai proses, jurnalistik adalah ”aktivitas” mencari, mengolah, menulis, dan menyebarluaskan informasi kepada publik melaui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis).
2. Sebagai teknik, jurnalistik adalah ”keahlian” (*expertise*) atau ”keterampilan” (skill) menulis karya jurnalistik (berita, artikel, *feature*) termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan seperti peliputan peristiwa (reportase) dan wawancara.
3. Sebagai ilmu, jurnalistik adalah ”bidang kajian” mengenai pembuatan dan menyebarluaskan informasi (peristiwa, opini, pemikiran, dan ide) melalui media massa. Jurnalistik termasuk ilmu terapan (*applied science*) yang dinamis dan terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dan dinamika masyarakat sendiri (Romli, 2005:2).

   Namun, secara praktis, jurnalistik adalah proses pembuatan informasi atau berita *(news processing*) dan penyebarluasannya melalui media massa. Dari pengertian kedua ini, kita dapat melihat adanya empat komponen dalam dunia jurnalistik:

1. Informasi
2. Penyusunan Informasi
3. Penyebarluasan Informasi
4. Media massa (Romli, 2005:3)

2.5.2. Definisi Pers

Masih dalam bukunya ”Jurnalistik Terapan, Pedoman Kewartawanan dan Penulisan”, Romli menuturkan:

> ”Istilah ’pers’ muncul berkat kemajuan teknologi dan ditemukannya percetakan suratkabar atau media massa cetak dengan sistem silinder (rotasi). Akibatnya, ornag mengindentikkan istilah ’jurnalistik’ dengan ’pers’, di samping mengindentikkan ’jurnalistik’ dengan ’media massa’. Bahkan, wartawan pun mendapat julukan ’insan pers’

selain julukan lain seperti kuli tinta, kuli disket, dan orang media" (Romli, 2005:6).

Dalam bahasa Inggris, pers (*press*) berarti mesin pencetak, mencetak, orang-orang yang terlibat dalam kepenulisan atau produksi berita, menekan, dan sebagainya. Dalam Leksikon Komunikasi, pers punya banyak arti:

1. Usaha percetakan atau penerbitan.
2. Usaha pengumpulan atau penyiaran berita.
3. Penyiaran berita melalui surat kabar, majalah, radio, dan televisi..
4. Orang-orang yang bergerak dalam penyiaran berita.
5. Medium Penyiaran berita.[6]

2.6. Tinjauan Tentang Daya Tarik

Menurut **Morissan, M.A.** dalam bukunya "Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio & Televisi" yang dikutip dari **Vane-Gross** (1994) :

> "Menentukan jenis program berarti menentukan atau memilih daya tarik (*appeal*) dari suatu program. Adapun yang dimaksud dengan daya tarik disini adalah "bagaimana suatu program mampu menarik audiensnya". Menurut **Vane-Gross** : "*the programmers must select the appeal through which the audience will be reached"* (*programmer* harus memilih daya tarik yang merupakan cara untuk meraih audiens)". (Morrisan, 2009: 208)

Sedangkan menurut keterangan **Onong Uchjana Effendi** yang ditulis dalam kamus komunikasi dijelaskan, " Daya tarik adalah kekuatan atau penampilan komunikator dalam memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi". (Effendy, 1989: 18)

[6] http://anindityowicaksono.blogspot.com/2008/12/pers-dan-penerbitan-pers.html

Drs. Moh. As'ad, S.U.,Psi. dalam bukunya "*Psikologi Industri*", mengemukakan bahwa, "Daya tarik adalah sikap yang membuat orang senang akan objek situasi atau ide – ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenanginya itu". (As'ad, 1992: 89)

Dengan demikian program musik Pelatihan Reporter dan Presenter TV merupakan stimulus yang harus menampilkan daya tarik tertentu, yaitu baik dari kekuatan, penampilan komunikator, pesan, maupun medianya sehingga dapat mempengaruhi Minat pesertanya untuk mengikuti pelatihan tersebut.

2.7. Tinjauan Tentang Minat

2.7.1. Definisi Minat

Minat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan (Kamisa,1997 : 370).

Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan erat dengan sikap, Minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka, dan minat juga penting dalam mengambil keputusan. Minat dapat menyebabkan seseorang giat melakukan menuju ke sesuatu yang telah menarik minatnya. (Gunarso,1995 : 68).

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih (Hurlock, 1995 : 144).

Minat terbagi menjadi 3 aspek, yaitu: (Hurlock, 1995 : 117)

1. Aspek Kognitif
   Berdasarkan atas pengalaman pribadi dan apa yang pernah dipelajari baik di rumah, sekolah dan masyarakat serta dan berbagai jenis media massa.
2. Aspek Afektif
   Konsep yang membangun aspek kognitif, minat dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan minat. Berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang yang penting yaitu orang tua, guru dan teman sebaya terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dalam berbagai bentuk media massa terhadap kegiatan itu.
3. Aspek Psikomotor
   Berjalan dengan lancar tanpa perlu pemikiran lagi, urutannya tepat. Namun kemajuan tetap memungkinkan sehingga keluwesan dan keunggulan meningkat meskipun ini semua berjalan lambat. [7]

2.7.1.2. Macam-macam Minat

Minat dibedakan menjadi 2 yaitu:

1. Minat primitif
   Disebut pula minat biologis, yaitu minat yang berkisar soal makanan dan kebebasan aktifitas.
2. Minat kultural
   Disebut juga minat sosial yaitu minat yang berasal dari perbuatan yang lebih tinggi tarafnya. (Witherington, 1999: 26)

2.7.1.3. Kriteria Minat

Menurut Nursalam (2003), minat seseorang dapat digolongkan menjadi :

1. Rendah
   Jika seseorang tidak menginginkan obyek minat
2. Sedang
   Jika seseorang menginginkan obyek minat akan tetapi tidak dalam waktu segera.
3. Tinggi

[7] ibit

Jika seseorang sangat menginginkan obyek minat dalam waktu segera. [8]

2.7.1.4. Beberapa kondisi yang mempengaruhi minat

1. Status ekonomi
   Apabila status ekonomi membaik, orang cenderung memperluas minat mereka untuk mencakup hal yang semula belum mampu mereka laksanakan. Sebaliknya kalau status ekonomi mengalami kemunduran karena tanggung jawab keluarga atau usaha yang kurang maju, maka orang cenderung untuk mempersempit minat mereka.
2. Pendidikan
   Semakin tinggi dan semakin formal tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang maka semakin besar pula kegiatan yang bersifat intelek yang dilakukan. Seperti yang dikutip Notoatmojo, 1997 dari L.W. Green mengatakan bahwa "Jika ada seseorang yang mempunyai pengetahuan yang baik, maka ia mencari pelayanan yang lebih kompeten atau lebih aman baginya". Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai pelayanan kesehatan akan mempengaruhi pemanfaatan fasilitas pelayanan yang ada sehingga berpengaruh pada kondisi kesehatan mereka.
3. Tempat tinggal
   Dimana orang tinggal banyak dipengaruhi oleh keinginan yang biasa mereka penuhi pada kehidupan sebelumnya masih dapat dilakukan atau tidak.[9]

2.7.1.5. Faktor – faktor utama yang mempengaruhi minat seseorang

1. Kondisi pekerjaan
   Tempat kerja yang memiliki suasana yang menyenangkan dengan didukung oleh kerja sama yang profesional, saling bantu dapat meningkatkan produksi.
2. Sistem pendukung
   Dalam bekerja sangat diperlukan sistem pendukung yang memadai bagi para pekerjanya sehingga diperoleh hasil produksi yang maksimal, misalnya fasilitas kendaraan, perlengkapan pekerjaan yang memadai, kesempatan promosi, kenaikan pangkat/kedudukan.

---

[8] *creasoft.files.wordpress.com/2008/04/2**minat**.pdf*
[9] *creasoft.files.wordpress.com/2008/04/2**minat**.pdf*

3. Pribadi pekerja
   Semangat kerja, pandangan pekerja terhadap pekerjaannya, kebanggan memakai atribut bekerja, sikap terhadap pekerjaannya. (Yuwono, 2001 : 40)[10]

2.7.1.6. Cara menimbulkan minat

Minat dapat ditimbulkan dengan cara: (Effendi dan Praja, 1993 : 72)

1. Membangkitkan suatu kebutuhan.
2. Menghubungkan dengan pengalaman yang lampau.
3. Memberikan kesempatan untuk mendapat hasil yang lebih baik. [11]

2.8. Tinjauan Tentang Peserta

2.8.1. Definisi Peserta

Dalam bahasa Indonesia, makna siswa, murid, pelajar dan peserta didik merupakan sinonim (persamaan), semuanya bermakna anak yang sedang berguru (belajar dan bersekolah), anak yang sedang memperoleh pendidikan dasar dari sutu lembaga pendidikan. Peserta didik adalah subjek utama dalam pendidikan. Dialah yang belajar setiap saat. Dalam pengertian umum, anak didik adalah setiap orang yang menerima pengaruh dari seseorang atau sekelompok orang yang menjalankan kegiatan pendidikan.sedangkan dalam arti sempit anak didik adalah anak (pribadi yang belum dewasa) yang diserahkan kepada tanggung jawab pendidik (Yusrina, 2006).[12]

---

[10] ibit
[11] *creasoft.files.wordpress.com/2008/04/2**minat**.pdf*
[12] http://artikele-aby.blogspot.com/2010/05/defiinisi-peserta-didik.html

2.8.2. Karakteristik Peserta

Karakteristik peserta didik adalah keseluruhan kelakuan dan kemampuan yang ada pada peserta didik sebagai hasil dari pembawaan dan lingkungan sosialnya sehingga menentukan pola aktivitas dalam meraih cita-cintanya. Dengan demikian, penentuan tujuan belajar itu sebenarnya harus dikaitkan atau disesuaikan dengan keadaan atau karakteristik peserta didik itu sendiri.

Ada tiga hal hal yang perlu diperhatikan dalam karakteristik peserta didik yaitu:

1. Karakteristik atau keadaan yang berkenaan dengan kemampuan awal atau Prerequisite skills, seperti misalnya kemampuan intelektual, kemampuan berfikir,mengucapkan hal-hal yang berkaitan dengan aspek psikomotor dan lainnya.
2. Karakteristik yang berhungan dengan latar belakang dan status sosial (socioculture)
3. Karakteristik yang berkenaan dengan perbedaan-perbedaan kepribadian seperti sikap, perasaan, minat dan lain-lain.

Pengetahuan mengenai karakteristik peserta didik ini memiliki arti yang cukup penting dalam interaksi belajar mengajar. Terutama bagi guru, informasi mengenai karakteristik peserta didik senantiasa akan sangat berguna dalam memilih dan menentukan pola-pola pengajaranyang lebih baik, yang dapat menjamin kemudahan belajarbagi setiap peserta didik.

Adapun Karakteristik Peserta Didik yang mempengaruhi kegiatan belajar peserta didik antara lain:

1. Kondidi fisik
2. Latar belakang pengetahuan dan taraf pengetahuan
3. Gaya belajar
4. Usia[13]

[13] http://zoel.web.id/2009/11/makalah-peserta-didik/

2.9. Tinjauan Tentang Pelatihan

2.9.1. Definisi Pelatihan

Berikut ini ada beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian pelatihan, antara lain sebagai berikut :

Menurut **Nitisemito (1994)** " Pelatihan adalah suatu kegiatan dari perusahaan yang bermaksud untuk dapat memperbaiki dan mengembangkan sikap, tingkah laku, ketrampilan dan pengetahuan dari para karyawan yang sesuai dengan keinginan perusahaan yang bersangkutan."

Menurut **Simamora (1997)** "Pelatihan adalah proses sistematik pengubahanperilaku para karyawan dalam suatu arah guna meningkatkan tujuan-tujuan organisasional."

Menurut **Armstrong (1991)** " *Training is A planned process to modify attitude,knowledge or skill behavior through learning experience to achieve effective peformance in an activity or of activities'*

Dari berbagai pendapat di atas maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa pelatihan bukanlah merupakan suatu tujuan, tetapi merupakan suatu usaha untukmeningkatkan tanggung jawab mencapai tujuan perusahaan.[14]

Pelatihan adalah suatu proses belajar mengenai sebuah wacana pengetahuandan keterampilan yang ditujukan untuk penerapan hasil belajar yang sesuai dengan tuntutan tertentu.

Pelatihan bercirikan :

[14] http://www.damandiri.or.id/file/kustiniunairbab2.pdf

- Mengembangkan pemahaman, pengetahuan dan keterampilan
- Diberikan secara instruksional baik *In-door* maupun *Out-door*
- Obyeknya seseorang atau sekelompok orang
- Sasarannya untuk memberikan pemahaman, pengetahuan, dan keterampilan kepada karyawan sesuai dengan kebutuhannya
- Prosesnya mempelajari dan mempraktekkan dengan menuruti prosedur sehingga menjadi kebiasaan
- Hasilnya terlihat dengan adanya perubahan, tepatnya perbaikan cara kerja di tempat kerja.[15]

Pentingnya pelatihan adalah tujuan atau *outcome* dari pelatihan itu sendiri yaitu memberikan pembekalan kepada karyawan mengenai wacana, dan keterampilan guna mencapai tujuan sebuah organisasi/perusahan.

2.9.2. Jenis Pelatihan

Dari segi materi, pelatihan dapat di golongkan menjadi 2(dua) jenis :

1. Pelatihan Wacana *(Knowledge Based Training)*
   Adalah sebuah pelatihan mengenai sebuah wacana baru yang harus disosialisasikan kepada peserta dengan tujuan wacana baru tersebut dapat meningkatkan pencapaian tujuan organisasi/perusahaan.
2. Pelatihan Keterampilan *(Skill Based Training)*
   Adalah sebuah pelatihan mengenai pengenalan atau pendalaman keterampilan seseorang baik secara teknis *(Hard Skill)* maupun bersifat pengembangan pribadi *(Soft Skill).*[16]

[15] http://www.captureasia-network.com/?p=229

[16] ibit