BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Mengenai Ilmu Komunikasi

2.1.1 Pengertian Ilmu Komunikasi

Istilah komunukasi pada awalnya merupakan fenomena sosial, yang kemudian menjadi ilmu yang secara akademik berdisiplin mandiri.

"Istilah komunikasi sesungguhnya berpangkal pada perkataan latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga memiliki akar kata berbahasa latin *Communico* yang artinya membagi". (Dewi, 2007:2).

Everett M. Rogers, seorang pakar Sosiologi pedesaan Amerika, membuat definisi, "Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi terhadap satu sama lain, yang pada gilirannya akan tiba kepada saling pengertian". (Rogers dan Kincaid dalam Dewi, 2000:3)

Menurut Carl I. Hovland, "Ilmu Komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap". (Effendy, 2005:10).

Bila melihat dari defenisi-defenisi diatas yang yang diterangkan oleh para ahli komunikasi merupakan suatu kegiatan pengiriman pesan dan penerimaan pesan. Pada hakikatnya komunikasi adalah proses pernyataan

antar manusia yang dinyatkan itu adalah pikiran atau persan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.

Dalam "bahasa" komunikasi pernyataan dinamakan pesan *(message),* orang yang menyampaikan pesan dinakan komunikator *(communicator)* sedangkan orang yang menerima pernyatan dinamakan komunikan *(communicatee).* Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dua aspek, pertama isi pesan *(the content of message),* kedua lambang *(symbol).* Kongkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa.

2.1.2 Peran Komunikasi

Dalam kehidupan manusia, komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting, karena komunikasi merupakan wahana utama dalam kegiatan kehidupan sehari-hari. Komunikasi adalah alat hidup bagi kepentingan manusia, karena manusia merupakan mahluk yang tidak dapat hidup sendiri, tetapi ia senantiasa memerlukan dan membutuhkan bantuan orang lain. Manusia yang satu dengan yang lainnya selalu mengadakan hubungan dan kerjasama untuk saling memnuhi kebutuhan masing-masing.

"Komunikasi selalu hadir dalam bidang kehidupan manusia, kareana merupakan faktor yang sangat penting dalam menumbuhkan hubungan antar manusia, melalui komunikasi manusia dapat mengadakan tukar menukar pengaetahuan dan pengembangan kerja sama". (Rakhmat 1997:54)

Menurut Hovland yang dikutip oleh Effendy (1992) mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

"Proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk merubah tingkah laku orang lain (komunikan) atau dalam bahasa asingnya*"The process by wich and indinidual" (The communicator) transmit stimuli the behavior of other individual (communicates)".* (Hovland dalam effendy, 1992:2).

Pada definis diatas, nampak jelas dinyatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (yang lambang-lambang dalam kata-kata) untuk merubah tingkah laku orang lain, sehingga oranga lain akan mengubah sikap, pendapat, dan perilaku orang lain, apabila komunikasi dilakukan secara komunikatif.

2.1.3 Proses Komunikasi Dalam Perspektif Psikologi

Proses komunikasi ini terjadi dalam diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat menyampaikan pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses.

- Lingkup komunikasi

Ilmu komunikasi merupakan ilmu yang mempelajari, menelaah dan meneliti kegiatan-kegiatan komunikasi manusia yang luas (*scope*)-nya dan banyak dimensinya. Berikut adalah komunikasi berdasarkan konteksnya.

- Bidang komunikasi

Yang dimaksud dengan bidang disini adalah bidang kehidupan manusia, dimana diantara jenis kehidupan terdapat perbedaan yang khas dan kekhasan itu menyangkut pula proses komunikasi. Berdasarkan bidangnya komunikasi meliputi jenis-jenis sebagai berikut:

1. Komunikasi sosial (*social communication*)
2. Komunikasi organisasi/manajemen (*organizational/managementcommunication*)
3. Komunikasi bisnis (*business communication*)
4. Komunikasi politik (*political commnucation*)
5. Komunikasi internasiona (*internationa communication*)
6. Komunikasi antarbudaya (*intercultural communication*)
7. Komunikasi pembangunan (*development communication*)
8. Komunikasi tradisional (*traditional communication*)

2.1.4 Sifat Komunikasi

Ditinjau dari sifatnya komunikasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Komunikasi verbal (*verbal communication*)
   a) Komunikasi lisan (*oral communication*)
   b) Komunikasi tulisan (*written commuication*)
2. Komunikasi nirverbal (*nonverbal communicataion*)
   a) Komunikasi kial (*gestural/body communication*)

b) Komunikasi gambar (*pictorial communication*)

3. Komunikasi tatap muka (*face to face commucation*)
4. Komunkasi bermedia (*mediated communication*)

2.1.5 Tatanan Komunikasi

Tatanan komunikasi adalah proses komunikasi dari jumlah komunikan, apakah satu orang, sekelompok orang, atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar. Berdasarkan situasi komunikasi seperti itu, maka diklasifikasikan menjadi bentuk-bentuk sebgai beriktut:

1. Komunikasi Pribadi (*Personal Communication*)

a) Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*)

b) Komunikasi antrapersonal (*interpersonal communication*)

2. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

2.1 Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*)

a) Ceramah (*lecture*)

b) Forum

c) Simposium (*sysposium*)

d) Diskusi panel (*panel discussion*)

e) Seminar

f) Curahsaran (*brainstorming*)

2.2 Komunikasi kelompok besar (*large group communication/public speaking)*

3. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

3.1 Komunikasi media massa cetak/pers (*printed mass media communication*)

a) Surat kabar (*daily*)

b) Majalah (*magazine*)

3.2 Komunikasi media massa elektronik (*electronic mass media communication*)

a) Radio

b) Televisi

c) Film

d) Lain-lain

4. Komunikasi Media (*Media Communication*)

a) Surat

b) Telepon

c) Pamflet

d) Poster

e) Spanduk

f) Lain-lain termasuk media yang tidak termasuk media massa

5. Tujuan Komunikasi

a) mengubah sikap (*to change the attitude*)

b) mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opnion*)

c) mengubah perilaku (*to change the behavior*)

d) mengubah masyarakt (*to change the society*)

6. Fungssi Komunikasi

a) menginformasikan (*to inform*)

b) mendidik (*to educated*)

c) menghibur (*to entertain*)

d) mempengaruhi (*to influence*)

7. Teknik Komunikasi

Istilah teknik bersal dari bahasa yunani *"technikos"* yang berarti keterampilan atau keperigelan.

Berdasarkan keterampilan berkomunikasi yang dilakukan komunikator, teknik komunikasi diklsifikasiskan menjadi:

a) Komunikasi informatif (*informative communication*)

b) Komunikasi persuasif (*persuasive communication*)

c) Komunikasi pervasif (*pervasive communication*)

d) Komunikasi koersif (*coersive communication*)

e) Komunikasi instruktif (*instructive communication*)

f) Hubungan manusawi (*human relation*)

2.1.6 Metode Komunikasi

Metode dalam bahasa inggris *"method"* berasal dari bahasa yunani *"methodos"* yang berarti rangkaian yang sistematis dan yang merujuk kepada tatacara yang sudah dibina bedasarkan rencana yang pasti, mapan, logis pula.

Atas dasar pengertian diatas metode komunikasi meliputi kegiatan-kegiatan yang terorganisasi sebagai berikut:

1. Jurnalisme/jurnalistik (*journalism*)
2. Jurnalisme cetak (*printed journalism*)
3. Jurnalistik elektronik (*electronic journalism*)
4. Hubungan masyarakat (*public relation*)
5. Periklanan (*advertising*)
6. Propaganda
7. Perang urat syarat (*psychological warfare*)
8. Perpustakaan (*library*)
9. Lain-lain

Demikian dimensi-dimensi komunikasi yang menjadi cakupan ilmu komunikasi adalah manusia yang sangat luas.

2.1.7 Faktor-Faktor Penunjang Komunikasi Efektif

Wilbur schramm menampilkan yang ia sebut *"condition of succes in communication"*, yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suaatu pesan membangkitkan tanmggapan yang kita kehendaki, kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.

2. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama anatara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperooleh kebutuhan tersebut.
4. Pesan harus menyaranaka suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berda pada saat ia digerakan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

2.2 Tinjauan Komunikasi Organisasi

Edgar H. Schein (1983:17) menjelaskan "bahwa suatu organisasi adalah sejumlah kegiatan manusiayang direncanakan untuk mencapai suatu tujuan atau tujuan bersama melalui pembagian tugas dan fungsi wewenang dan tanggungjawab". Sedang Stephen P. Robbins (2003:4) "organisasi merupakan unit sosial yang dikoordinasikan secara sengaja, terdiri dari dua orang atau lebih yang berfungsi pada suatu basis yang relative bersinambung untuk mencapai tujuan atau serangkaian tujuan".

Beranjak dari definisi organisasi, dapat dilihat bahwa tujuan utama dalam organisasi adalah kegiatanya, bukan hanya indivdu sebagai pelaku organsasi. Perusahan manufaktur dan perusahaan jasa adalah organisasi.. rumah sakit yang memiliki badan hokum dan dikelola bersama-sama untuk mencapai tujuan yang sama, juga disebut organisasi. Bavela & Baret (1951) menjelaskan bahwa "kegiatan organisasi merupakan kegitan

mengumpulkan informasi, pencatatan dan penyebaran informasi sebagai sebuah sistem komunikasi. Dengan demikian, proses komunikasi dalam organisasi sengatlah menetukan efektivitas organisasi itu". (Liliweri,1997:288).

Organisasi pada intinya adalah sistem pembagian kerja melalui hierarki dalam mencapai tujuan bersama. Organisasi menetapkan peran (role) kepada setiap orang yang menjadi anggotanya, peran-peran itu kemudian dioperasionalkan ke dalam tugas *(task)* dan fungsi *(function).* Operasionalisai tugas yang beraneka ragam dan bertingka-tingkat tersebut disesuaikan degan jabatan yang yang bersifat struktural dan fungsional, sekaligus menunjukan tinggi – rendahnya kedudukan serta besar – kecilnya kewenagan.

Semua peran tersebut tidak dapat dilaksanakan sendiri tetapi harus bersama-sama dengan orang lain yang mempunyai kedudukan dan kewenagan yang yang lebih tinggi, setingkat mauoun yang lebih rendah. Proses kerja sama itu memerlukan hubungan dengan orang lain melalui mekanisme yang disebut komunikasi, dan konteksnya dalam organisasi, disebut komunikasi organisasi.

Dari batasan tersebut dapat digambarkan bahwa dalam suatu organisasi mensyaratkan:

1. Adanya suatu jenjang jabatan ataupun kedudukan yang memungkinkan semua individu dalam organisasi tersebut memiliki perbedaan posisi yang jelas, seperti pimpinan, staff pimpinan dan karyawan.
2. Adanya pembagian kerja, dalam arti setiap orang dalam sebuah institusi baik yang komersial maupun sosial, memiliki satu bidang pekerjaan yang menjadi tanggungjawabnya.

Dengan landasan konsep-konsep komunikasi dan organisasi sebagaimana yang telah diuraikan, maka kita dapat memberi batasan tentang komunikasi dalam organisasi secara sederhana, yaitu komunikasi antarmanusia *(human communication)* yang terjadi dalam kontek organisasi. Atau dengan meminjam definisi dari *Goldhaber* komunikasi organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergabung satu sama lain *(the flow of messages within a network of interdependent relationships)*.

Sebagaimana telah disebut terdahulu, bahwa arus komunikasi dalam organisasi meliputi komunikasi vertikal dan komunikasi horisontal. Masing-masing arus komunikasi tersebut mempunyai perbedaan fungsi yang sangat tegas. Ronald Adler dan George Rodman dalam buku *Understanding Human Communication,* mencoba menguraikan masing-masing, fungsi dari kedua arus komunikasi dalam organisasi tersebut sebagai berikut:

1. *Downward communication,* yaitu komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan

pesan kepada bawahannya. Fungsi arus komunikasi dari atas ke bawah ini adalah:

a) Pemberian atau penyimpanan instruksi kerja *(job instruction)*

b) Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan *(job retionnale)*

c) Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku *(procedures and practices)*

d) Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.

2. *Upward communication*, yaitu komunikasi yang terjadi ketika bawahan *(subordinate)* mengirim pesan kepada atasannya. Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah:

a) Penyampaian informai tentang pekerjaan pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan

b) Penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan

c) Penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan

d) Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.

3. *Horizontal communication*, yaitu tindak komunikasi ini berlangsung di antara para karyawan ataupun bagian yang memiliki kedudukan yang setara. Fungsi arus komunikasi horisontal ini adalah:

a) Memperbaiki koordinasi tugas

b) Upaya pemecahan masalah

c) Saling berbagi informasi

d) Upaya pemecahan konflik

e) Membina hubungan melalui kegiatan bersama.

2.3 Tinjauan Komunikasi Massa

2.3.1 Pengertian Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukan oleh Bittner yang dikutip oleh Ardianto dan Erdinaya dalam bukunya "Komunikasi Massa, yakni pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang" (2004:3). 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 di lapangan yang luas yang dihadiri oleh ribuan orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media yang termasuk media massa adalah radio, televisi, surat kabar, majalah, film, dan sebagainya.

2.3.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Untuk membedakan komunikasi massa dengan bentuk komunikasi yang lain, berikut beberapa ciri komunikasi massa yang dikemukakan Sutrisna Dewi dalam buku Komunikasi Bisnis :

a. Pesan bersifat terbuka
b. Penerima adalah khalayak yang variatif
c. Pengirim dan penerima dihubungkan oleh saluran yang diproses secara mekanik.
d. Berlangsung satu arah dan kecepatan umpan balik tergantung pada teknologi.
e. Penyebaran melalui media massa berlangsung cepat, serempak, dan luas.
f. Biaya produksi cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga yang relatif lebih banyak. (2007:7).

2.3.3 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa secara umum menurut Karlinah dalam Karlinah, dkk seperti yang dikutip oleh Ardianto dan Erdinaya dalam bukunya *Komunikasi Massa*, antara lain adalah :

1. Fungsi Informasi

Media massa adalah penyebar informasi yang merupakan suatu kebutuhan pembaca, pendengar atau pemirsa.

2. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya, karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik, melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembacanya.

3. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk, features, iklan, artikel, dan sebagainya, dimana khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan di televisi ataupun surat kabar.

4. Fungsi Proses Pengembangan Mental

Untuk mengembangkan wawasan kita membutuhkan berkomunikasi dengan orang lain, karena melalui komunikasi, manusia akan bertambah pengetahuannya dan berkembang intelektualitasnya.

5. Fungsi Adaptasi Lingkungan

Setiap manusia berusaha untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya untuk dapat bertahan hidup. Proses komunikasi membantu manusia dalam proses penyesuain tersebut.

6. Fungsi Memanipulasi Lingkungan

Memanipulasi lingkungan artinya berusaha untuk mempengaruhi. Setiap orang berusaha untuk saling mempengaruhi dunia dan orang-orang yang ada di sekitarnya. Dalam fungsi manipulasi, komunikasi digunakan sebagai alat kontrol utama dan pengaturan lingkungan. (2004:19-22)

2.4 Tinjauan Tentang Jurnalistik

2.4.1 Sejarah Jurnalistik

Sejarah jurnalistik dimulai ketika 3000 tahun yang lalu Firaun di Mesir, Amenhotep III, mengirimkan ratusan pesan kepada para perwiranya di provinsi-provinsi untuk memberitahukan apa yang terjadi di ibukota. Selama abad pertengahan Eropa, siaran berita yang ditulis tangan merupakan media informasi yang penting bagi para usahawan.

Keperluan untuk mengetahui apa yang terjadi merupakan kunci lahirnya jurnalisme selama berabad-abad. Percetakan jurnalisme mulai digunakan di Eropa pada sekitar tahun 1440. Dengan mesin cetak, lembaran-lembaran berita dan pamphlet dapat dicetak dengan kecepatan yang lebih tinggi, dalam jumlah yang lebih banyak dan dengan biaya yang lebih rendah.

Jurnalisme kini telah tumbuh jauh melampaui suratkabar pada awal kelahirannya. Majalah mulai berkembang sekitar dua abad lalu. Pada tahun

1920 radio komersial dan majalah-majalah berita muncul ke atas panggung. Televisi komersial mengalami boom setelah perang dunia II.

2.4.2 Pengertian Jurnalistik

Jurnalistik adalah istilah yang berasal dari bahasa Belanda ”*journalistiek*” atau bahasa Inggrisnya ”*journalism*”, yang bersumber pada perkataan ”*journal*” sebagai terjemahan dari bahasa Latin ”*diurnal*” yang berarti ”harian” atau ”setiap hari”. (Effendy, 2006:151)

Menurut Adinegoro yang terkutip dalam buku Jurnalistik Televisi karangan Askurifai Baksin, jurnalistik adalah kepandaian mengarang untuk memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya. (2006:47)

Sedangkan menurut Wolesely dan Campbell, ”jurnalistik adalah tindakan diseminasi informasi, opini, dan hiburan untuk orang ramai (publik) yang sistematik dan dapat dipercaya kebenarannya melalui media komunikasi massa modern”. (Baksin, 2006:48)

2.5 Tinjauan Tentang Televisi

2.5.1 Pengertian Televisi

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, televisi yaitu proses penyiaran gambar melalui gelombang frekuensi radio dan menerimanya pada pesawat yang memunculkan gambar tersebut pada sebidang layar. Televisi juga dapat diartikan sebagai bisnis penyiaran pertunjukan televisi.

Televisi adalah media yang sangat vital dalam rangka menyebarkan informasi dan opini ditengah masyarakat. Kalau televisi berada ditangan orang baik-baik, maka materi acaranya itu baik juga.[3]

Televisi adalah sistem telekomunikasi untuk penyiaran dan penerimaan gambar bergerak dan suara. Kata televisi saat ini mengelami perubahan makna menjadi sebuah aspek pertelevisian mulai dari 1 set televisi hingga program transmisi. Kata televisi ini diambil dari gabungan bahasa Latin dan Yunani yang berarti melihat jauh. *Tele* berasal dari dari bahasa Yunani artinya jauh, sementra *Vesus* berasal dari bahasa Latin berarti melihat.[4]

2.5.2 Sejarah Televisi

Sebagaimana radio siaran, penemuan televisi telah melalui berbagai eksperimen yang dilakukan oleh para ilmuan akhir abad 19 dengan dasar penelitian yang dilakukan oleh James Clark Maxwell dan Heinrich Hertz, serta Marconi, pada thun 1890.

Paul Nipkow dan William Jenkins melalui eksperimennya menemukan metode pengiriman gambar melalui kabel (Heibert, Ungrait, Bohn, pada Komala dalam Karlinah, dkk. 1999). Televis sebagai pesawat traansmisi dimulai pada 1925 dengan menggunakan metode mekanik Jenkins.

---

[3] *Syariah-online.com*
[4] *Wikipedia*

Pada tahun 1928 *General Electronic Company* mulai menyelenggarakan acara siaran televisi secara regular. Pada tahun 1939 Presiden Franklin D. Rossevelt tampil dilayar televisi.

Televisi merupakan media temuan orang-orang Eropa. Perkembangan pertelevisian di dunia sejalan dengan kemajuan teknologi elektronika, yang bergerak pesat sejak ditemukannya transistor oleh William Sochley pada tahun 1946. (Baksin, 2006:7)

Pada tahun 1923 Vladimir Katajev Zworykin berhasil menciptakan sistem televisi elektris. Dan tahun 1930, Philo T. Farnsworth menciptakan sistem televisi. Penemuan dasar televisi ini terus berkembang sampai akhirnya Paul Nipkow melahirkan televisi mekanik yang dipamerkan pada tahun 1939 dengan ukuran 8 x 10 inchi. Dari sinilah akhirnya berkembang pesawat televisi yang kita kenal sekarang. Untuk pertama kalinya gambar televisi mulai terlihat tahun 1920 di AS. (Baksin, 2006:7)

2.5.3 Siaran Televisi di Indonesia

Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962. Walaupun hanya siaran televisi hitam putih, tapi siaran pertama televisi di Indonesia itu menjadi momentum yang sangat bersejarah. *Booming* televisi dimulai pada tahun 1992 ketik RCTI mulai mengudara dengan bantuan *decoder*. (Baksin, 2006 : 15)

Saat ini di Indonesia sudah mengudara sebelas stasiun televisi, satu di antaranya TVRI dan sepuluh lainnya stasiun televisi swasta, yaitu RCTI,

SCTV, TPI, ANTV, INDOSIAR, TRANS TV, TRANS 7, GLOBAL TV, METRO TV, TV ONE, yang siarannya secara nasional.

Keputusan untuk pengadaan media televisi di Indonesia pada tahun 1961 merupakan ”langkah kecil manusia, namun langkah besar bangsa Indonesia” yang pada saat itu baru berusia 16 tahun. (Baksin, 2006:15-16).

Dilandasi pemikiran jauh ke depan dan kemampuan yang dimilki oleh media televisi, Menteri Penerangan RI pada saat itu, R. Maladi, mengusulkan kepada pemerintah untuk mengadakan media televisi. Untuk tahap awal media televisi dapat dipakai untuk menyiarkan penyelenggaraan Asian Games IV, yang dibuka oleh Presiden Soekarno pada tanggal 24 Agustus 1962. (Baksin, 2006:16)

2.4.4 Fungsi Televisi

Fungsi pers dan media massa pada khususnya pertelevisian sedikitnya digolongkan kepada 7 hal yaitu:

a. Menyampaikan fakta (*The Fact*). Dalam hal ini media massa menyediakan fasilitas arus informasi dari kedua belah pihak. Satu sisi mencerminkan kebutuhan dan keinginan pengirim (iklan, propaganda, dan lain-lain).
b. Menyajikan opini dan analasis (*opinion and analysis*). Pada laporan berita, reporter memasukkan opini orang luar, analisis berita dilakukan oleh staf redaktur khusus (kolom, editorial,dan lain-lain).

c. Melakukan investigasi *(investigation)* adalah paling sulit untuk dilakukan, tetapi jika berhasil nilai beritanya akan sangat berbobot. Untuk melakukan ini sangat diperlukan kecanggihan dan staf yang berpengalaman serat memiliki hubungan intensif dengan para ahli dan ilmuan yang membutuhkan waktu tahunan.
d. Hiburan (*entertaiment*). Sajian media massa kadang-kadang berfungsi sekaligus yaitu menghibur, mendidik dan memberikan informasi. Tetapi kadang-kadang juga terpisah antara satu sama lainnya. Dan yang merepotkan adalah apabila informasi tersebut dianggap sebagai hiburan yang mengganggu informasi.
e. *Control*. Fungsi ini dimanfaatkan oleh media kepada pemerintah dan juga sebaliknya. Ini sangat bergantung pada sistem pertelevisian atau sistem pers di negara yang bersangkutan.
f. Analisis Kebijakan (*policy analysis*). Fungsi ini merupakan kecendrungan yang kini sedang tumbuh di media Amerika, dimana sajiannya adalah menyoroti kebijakan yang diterapkan pemerintah kemudian dianalisis oleh media tersebut dengan memberikan solusi alternatif lain.
g. Mendidik. Melalui fungsi ini diharapkan media dapat memberikan pangajaran-pangajaran positif yang sesuai dengan adat istiadat, norma, dan agama demi mencapai kehidupan masyarakat yang berbhineka.

2.5 Tinjauan Mengenai Kualitas Kerja

Pada bab sebelumnya di sebutkan bahwa kebutuhan akan suatu informasi menuntut para pekerja pers dalam mencari suatu berita untuk disebarkan melalui media massa khusunya media elektronik berupa televisi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, diperlukan suatu "kualitas kerja yang mengacu pada kualitas sumber daya manusia" (Matutina,2001:205), kualitas sumber daya manusia mengacu pada :

1. Pengetahuan *(Knowledge)* yaitu kemampuan yang dimiliki karyawan yang lebih berorientasi pada intelejensi dan daya fikir serta penguasaan ilmu yang luas yang dimiliki karyawan.
2. Keterampilan *(Skill),* kemampuan dan penguasaan teknis operasional di bidang tertentu yang dimiliki karyawan.
3. *Abilities* yaitu kemampuan yang terbentuk dari sejumlah kompetensi yang dimiliki seorang karyawan yang mencakup loyalitas, kedisiplinan, kerjasama dan tanggung jawab.

2.6 Tinjauan Mengenai Editor

Pengertian editor menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah "orang yang mengedit naskah tulisan atau karangan yang akan diterbitkan di majalah, surat kabar, dan sebagainya". Editor atau pengeditan didalam media massa khususnya media elektronik televisi sangat penting dalam menyampaikan suatu informasi.

Dimana seorang reporter dan kameramen yang telah kembali dari lapangan membawa serta dua hal penting bersama mereka, yaitu informasi dan gambar. Apa yang mereka bawa masih merupakan bahan mentah yang perlu diolah kembali agar dapat disajikan dan ditonton pemirsa. Proses pembuatan berita terdiri dari dua tahap, yaitu; mengumpulkan materi (bahan mentah) dan mengedit materi tersebut atau sering juga dikenal sebagai *post production* (pasca produksi).

Informasi yang diperoleh dari lapangan perlu ditulis kembali berdasarkan gambar-gambar yang telah di peroleh dan kemudian diperiksa (diedit) hingga siap untuk ditayangkan. ”Video editing adalah pekerjaan memotong-motong dan merangkainya (menyambung) potongan-potongan gambar sehingga menjadi film berita yang utuh dan dapat dimengerti.” (Morissan,2008:217). Pekerjaan ini dilakukan di ruang editing yang dilakukan oelh editor gambar atau penyunting gambar. Editor gambar melakukan pekerjaan editing berdasarkan materi yang ada di video kaset.

2.7.Tinjauan Mengenai Penyajian Berita

Berita sebelum disajikan kepada khalayak pembaca mengalami suatu proses. Di dalam Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, proses adalah “Serangkaian tindakan, pembuatan, atau pengolahan yang menghasilkan suatu produk.” proses merupakan suatu rangkaian tindakan, pembuatan atau pengolahan yang menghasilkan suatu produk. Dikaitkan dengan masalah

penelitian produk yang dihasilkan dari rangkaian tindakan tersebut berupa berita khususnya berita televisi.

Sementara itu Dja'far Assegaff mengenai pengertian penyajian mengatakan penyajian adalah cara menyampaikan sesuatu pemberitaan. Penulis memahami dari pendapat diatas bahwa penyajian adalah cara menyampaikan sesuatu pemberitaan.

Berkaitan dengan proses berita, Melvin Mencher mengatakan :

"From our observation we can see that the journalistic process consist of our distinct part : Information gathering-Making observation, interviewing, conducting research. Planning-Checking and veryfying information, plotting the story. Writing-Putting the story togather in a form that is interesting, clean and succinct. Production-fitting the news into the newspaper or newscast."

"Dari pengamatan kami, kita dapat melihat bahwa proses jurnalistik terdiri dari bagian yang berbeda: Informasi pengumpulan, membuat observasi, wawancara, melakukan penelitian. Perencanaan, memeriksa dan informasi, merencanakan cerita. Menulis cerita dalam bentuk yang menarik, bersih dan ringkas. Produksi pas berita ke koran atau berita. "

Berdasarkan pendapat tersebut, penulis memahami bahwa, berdasarkan observasi, dapat diketahui proses jurnalistik terdiri dari 4 bagian yang berbeda. Pertama, pengumpulan berita yaitu terjun ke lapangan, mengadakan wawancara dan melakukan penelitian. Kedua, perencanaan yaitu memeriksa dan membuktikan kebenaran berita sekaligus membuat alur berita Ketiga, penulisan yaitu membuat berita dalam bentuk yang menarik, jelas dan padat. Keempat, produksi yaitu memasukkan berita dalam surat kabar atau siaran berita.