BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Terdahulu

Pada penelitian ini peneliti mengawali kegiatan penelitian dengan melakukan tinjauan terdahulu yang dianggap peneliti dapat membantu kelancaran penelitian yang peneliti lakukan. Hal ini dilakukan guna mendapatkan rujukan, pelengkap serta pembanding antara hasil penelitian terdahulu dengan hasil penelitian yang peneliti lakukan.

Selain itu, tinjauan terdahulu juga dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka dari hasil penelitian yang sudah ada. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan hal tersebut dianggap suatu kewajaran dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi. Peneliti mendapatkan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kajian yang peneliti lakukan.

Studi penelitian terdahulu sangatlah penting dilakukan guna menjadi bahan acuan dan referensi bagi peneliti untuk melakukan penelitian. Studi penelitian terdahulu juga membantu peneliti untuk merumuskan asumsi dasar mengenai kredibilitas reporter dalam memperoleh berita yang actual (studi deskriptif mengenai kredibilitas reporter dalam memperoleh berita pada program berita redaksi pagi Trans7).

Dari beberapa referensi tinjauan terdahulu peneliti mendapatkan beberapa penelitian yang berkaitan dengan masalah yang akan peneliti teliti diantaranya :

Tabel 2.1

Tabel Tinjauan Terdahulu

Peneliti	**Judul Penelitian**	**Subjek**	**Objek**	**Metode**	**Hasil Penelitian**	**Perbedaan Dengan Peneliti**
Wendi Prayudi Febrianto	Kredibilitas Reporter TVRI Jabar ditinjau dalam kemudahan perolehan berita Jabar Dalam Berita yang aktual	Reporter TVRI Jabar	Kredibilitas Reporter TVRI Jabar	Kualitatif (Studi Deskriptif)	Bahwa kredibilitas tidak dapat dinilai oleh diri sendiri melainkan oleh orang lain. Persepsi orang lainlah yang dapat menilai kredibilitas itu.	Subjek pada tinjauan terdahulu adalah reporter TVRI sedangkan peneliti meneliti dengan subjek reporter Trans7. Dalam hasil penelitian jelas akan berbeda kredibilitas antara reporter TVRI dengan Trans7.
Viva Resthie d'lavida	Kredibilitas *Floor Director* Dalam Produksi Program Acara (Studi Deskriptif Kredibilitas *Floor Director* Pada Program	*Floor Director* Indosiar	Kredibilitas *Floor Director* Indosiar	Kualitatif (Studi Deskriptif)	*Floor director* dalam acara Buaya Show dapat memberikan kontribusi yang layak dengan memiliki rasa kredibilitas yang tinggi dalam	Dalam tinjauan terdahulu meneliti dengan subjek mengenai Floor Director. Sedangkan peneliti akan meneliti Reporter. Hasil penelitian akan berbeda bagaimana kredibilitas

	Acara Buaya Show Di Studio Indosiar)				menciptakan suasana yang baik di lapangan, namun relevan, obyektif, fleksibel, menarik, dan tentu berkualitas.	Floor Director dengan Reporter.
A. Ferry Yuniar	Kredibilitas Reporter Padjajaran TV Bandung Dalam Reportase Berita Jurnal Bandung	Reporter Padjajaran TV Bandung	Kredibilitas Reporter Padjajaran TV Bandung	Kualitatif (Studi Deskriptif)	Bahwa kredibilitas tidak dapat dinilai oleh diri sendiri melainkan oleh orang lain. Persepsi orang lainlah yang dapat menilai kredibilitas itu.	Subjek pada tinjauan terdahulu adalah reporter Padjajaran TV sedangkan peneliti meneliti dengan subjek reporter Trans7. Dalam hasil penelitian jelas akan berbeda kredibilitas antara reporter Padjajaran TV dengan Trans7.

2.2 Tinjauan Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang setiap harinya memerlukan sebuah komunikasi. Manusia bukanlah makhluk hidup yang berdiri sendiri, didalam kehidupannya manusia berhubungan satu sama

lainnya. Manusia berhubungan dengan manusia lainnya dengan berinteraksi dengan individu lainnya. Dalam interaksi tersebut tanpa disadari terjadi sebuah komunikasi. Komunikasi tersebut dapat berupa verbal maupun non verbal.

Kata komunikasi atau communication berasal dari kata latin yakni *communis* yang berarti sama, *communico* atau *communicare* yang berarti membuat sama *(to make common).* Sama disini maksudnya adalah sama makna, jadi jika dua orang terlibat komunikasi, maka komunikasi akan terjadi selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan (Effendy, 2003:30)

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya ilmu, teori dan filsafat komunikasi mengatakan komunikasi yaitu:

> "Proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya." (Effendy, 2003 :28)

Menurut Carl I. Hovland dalam buku Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa "Ilmu Komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap." (Effendy, 2003: 13)

Definisi Hovland di atas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (public opinion) dan sikap publik (public

attitude) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Dalam definisinya secara khusus mengenai komunikasinya sendiri, Hovland menjelaskan bahwa komunikasi proses mengubah perilaku orang lain.

Everett M. Rogers seorang pakar sosiologi Amerika mengatakan komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Cangara, 2012:22)

Definisi Rogers kemudian dikembangkan bersama D. Lawrence Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi yang baru yaitu :

> "Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian yang mendalam" (Cangara, 2012:22)

Dari pengertian – pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan salah satu proses interaksi atau penyampaian antara komunikator kepada komunikan. Jika dianalisiskan pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, aspek pertama ialah isi pesan dan aspek kedua adalah lambing. Kongkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan dan lambing itu ialah bahasa.

2.2.2 Proses Komunikasi

Komunikasi merupakan suatau proses dimana seorang komunikator menyampaikan pesannya kepada komunikan. Dalam konteks komunikasi, proses komunikasi dijabarkan lebih mendalam.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya ilmu, teori dan filsafat komunikas, proses komunikasi dibagi menjadi empat bagian diantaranya :

a. Proses Komunikasi Primer

   Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media atau saluran, lambang ini umumnya ialah bahasa.

   Dalam komunikasi bahasa disebut lambang verbal, sedangkan lambang yang bukan bahasa disebut lambang non verbal. Lambang verbal adalah suatu pesan yang disampaikan dengan menggunakan kata – kata yang dilancarkan secara lisan maupun tulisan. Dalam proses komunikasi, bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan, oleh karena hanya bahasa yang mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal atau peristiwa baik yang kongret maupun yang abstrak, yang terjadi masa kini, masa lalu dan masa yang akan datang. Sedangkan lambang non verbal

ialah penggunaan unsur – unsur yang tidak termasuk kedalam lambang bahasa seperti penggunaan gerak tubuh, gambar dan lain – lain.

b. Komunikasi Secara Sekunder

Komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah lambang sebagai media pertama.

c. Komunikasi Linear

Dalam konteks komunikasi proses secara linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Komunikasi secara linear ini berlangsung dalam situasi komunikasi yang bersifat tatap muka maupun dalam situasi komunikasi bermedia.

d. Komunikasi Sirkular

Komunikasi secara sirkular yaitu suatu proses komunikasi yang mengakibatkan terjadinya efek timbal balik yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. (Effendy. 2003:33-40)

2.2.3 Unsur Komunikasi

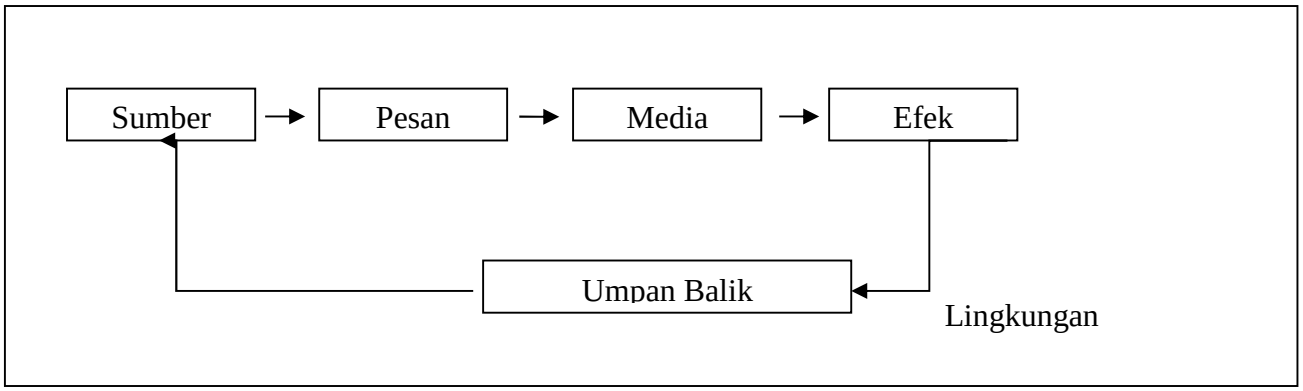
Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku seseorang. Dari pengertian yang sederhana tersebut, maka suatu proses

komunikasi tidak akan bias berlangsung tanpa didukung oleh unsur – unsur komunikasi yaitu pengirim *(source),* pesan *(message),* saluran/media *(channel),* penerima *(receiver),* dan akibat/pengaruh *(effect).*

Joseph De Vito pada buku Hafied Cangara "pengantar komunikasi" menambahkan dua unsur lagi kedalam unsur – unsur yang mendukung terjadinya komunikasi yaitu umpan balik dan lingkungan.

Gambar 2.1

Unsur – Unsur Komunikasi



Sumber : Pengantar Ilmu Komunikasi (Cangara, 2012:26)

1. Sumber

   Dalam komunikasi antar manusia, sumber bias terdiri dari satu orang, tetepi bisa dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim atau komunikator.

2. Pesan

   Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi.

3. Media

   Dalam konteks komunikasi, media dimaksudkan sebagai alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam komunikasi massa media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengar. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan dalam dua macam yaitu media cetak (Koran, majalah, buku, pamphlet bulletin dll) dan media elektronik (radio, film, dan televisi)

4. Penerima

   Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima dapat disebut sebagai komunikan (audience). Penerima bias terdiri dari satu orang atau lebih dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

5. Pengaruh/efek

   Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

6. Umpan Balik

   Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bias juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

7. Lingkungan

   Lingkungan atau situasi adalah factor – factor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Factor ini dapat digolongkan atas empat macam yaitu : lingkungan fisik, lingkungan social budaya, lingkungan psikologis dan dimensi waktu. (Cangara, 2012:27-30)

Dari unsur – unsur komunikasi tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap unsur memiliki peran dan fungsinya masing – masing yang sangat penting dan saling bergantung satu sama lainnya untuk dapat membangun proses komunikasi.

2.2.4 Tipe Komunikasi

Dalam komunikasi terdapat berbagai macam tipe komunikasi, tipe komunikasi dibagi berdasakan fungsi dan kegunaannya masing – masing. Berbagai pakari komunikasi mendefinisikan tipe – tipe komunikasi yang berguna bagi kelangsungan suatu penyampaian pesan.

Joseph De Vito dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi Hafied Cangara mengatakan bahwa tipe komunikasi dibagi menjadi empat bagian yaitu :

1. Komunikasi Dengan Diri Sendiri *(Intrapersonal Communication)*

   Komunikasi dengan diri sendiri adalah suatu proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antar Pribadi *(Interpersonal Communication)*

   Komunikasi antar pribadi ialah suatu komunikasi yang berlangsung anatara dua orang atau lebih.

3. Komunikasi Publik *(Public Communication*)

   Komunikasi public merupakan suatu proses komunikasi dimana pesan – pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar.

4. Komunikasi Massa *(Mass Communication)*

   Komunikasi massa ialah proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembagakan kepada khalayak yang sifatnya missal melalui alat – alat yang bersifat missal melalui alat – alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film. (Cangara, 2012:34-41)

2.3 Tinjauan Komunikasi Massa

2.3.1 Pengertian Komunikasi Massa

Di era modernitas ini tidak dapat dipungkiri komunikasi massa sangatlah berperan penting dalam menjalankan proses pengiriman pesan antara komunikator kepada komunikasn. Komunikasi massa yang bersifat

mengirimkan pesan melalui media dalam hal ini media massa sangatlah berdampak positif.

Media massa memiliki sirkulasi yang luas meliputi surat kabar, radio, televisi dan film. Pesan yang disampaikan dalam type media massa tersebut diyakini akan mudah dan cepat ditangkap oleh penerimanya. Media massa menunjukan seluruh system dimana pesan – pesan diproduksikan, dipilih, disiarkan, diterima dan ditanggapi.

Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dari jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Melakukan kegiatan komunikasi massa jauh lebih sulit dibandingkan dengan komunikasi antar pribadi. Seorang komunikator yang menyampaikan pesan kepada ribuan komunikan yang berbeda pada saat yang bersamaan, tidak akan bias menyesuaikan harapannya untuk memperoleh tanggapan mereka secara pribadi.

Jadi ada dua tugas komunikator dalam komunikasi massa yaitu : mengetahui apa yang ia ingin komunikasikan dan mengetahui bagaimana ia harus menyampaikan pesannya dalam rangka melancarkan penetrasi kepada benak komunikan. Sebuah pesan yang isinya lemah dan dengan lemah pula disampaikan kepada jutaan orang, bias mendapatkan pengaruh yang kurang efektif sama sekali dibandingkan dengan pesan yang disampaikan dengan baik kepada komunikan yang jumlahnya kecil (Effendy, 2003:80)

Definisi komuikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi yang lain yaitu Gerbner, menurut Gerbner (1967) :

"komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri" (Komala dalam Karlinah, dkk 1999)

Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan – pesan komunikasi 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.

2.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Setiap bentuk komunikasi memiliki ciri – ciri atau akrakteristiknya yang berbeda – beda. Komunikasi massa sendiri memiliki ciri – ciri khusus yang disebabkan oleh komponen – komponennya. Karakteristik komunikasi massa menurut Ardianto Elvinaro, dkk. Dalam bukunya "Komunikasi Massa Suatu Pengantar". Sebagai berikut:

1. **Komunikator terlambangkan**,

   Ciri komunikasi masa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

2. Pesan bersifat umum,

Komuniksai massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan ditujukan untuk sekelompok orang tertentu.

3. Komunikan bersifat heterogen,

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan, karena komunikasinya mengunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.

4. Media massa menimbulkan keserempakan,

Mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan konteks dengan sejumlah besar penduduk dalam jumlah yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan,

Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakanya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

6. Komunikasi massa bersifat satu arah,

Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog.

7. Stimulasi Alat Indera Terbatas,

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar.

8. Umpan Balik Tertunda dan tidak langsung.

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan tidak langsung (*Indirect*), Komponen umpan balik atau yang lebih populer

dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi sering dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. (Elvinaro, 2007:7-11)

2.3.3 Fungsi Komunikasi Massa

Adapun komunikasi massa memiliki fungsi yang berbagai macam, seperti yang disebutkan oleh Dominick dalam Ardianto, Elvinaro dkk terdiri dari :

a. ***Surveillance*** (pengawasaan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancaman; fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

b. ***Interpretation*** (penafsiran)

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, pemirsa atau pendengar untuk memperluas wawasan.

c. ***Linkage*** (pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

d. ***Transmission of Values*** (penyebaran nilai-nilai)

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini disebut juga socialization (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilali 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. Dengan kata lain, Media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

e. ***Entertainment*** (hiburan)

Radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan, Melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapat menikmati hiburan. meskipun memang ada radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita. fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali. (Elvinaro. dkk. 2007:14-18)

2.4 Tinjauan Tentang Jurnalistik

2.4.1 Pengertian Jurnalistik

Pada mulanya jurnalistik berguna hanya untuk mengelola hal – hal yang sifatnya informasi saja. Hal ini terbukti pada Acta Diurna sebagai produk jurnalistik pertama pada zaman Romawi kuno ketika Kaisar Julius Caesar memimpin. Acta Diurna merupakan salah satu berita informasi pada saat itu, suatu informasi yang dituliskan untuk tujuan informasi kepada masyarakatnya kala itu.

Jurnalistik adalah istilah yang berasal dari bahasa Belanda "Journalistiek" atau bahasa Inggrisnya "Journalism, yang bersumber pada kata "Journal" yang berarti "harian" atau "setiap hari" (Effendy, 2003:95)

> "Secara sederhana jurnalistik dapat didefinisikan sebagai teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebaluaskannya kepada khalayak mengenai apa saja yang terjadi di dunia, apakah itu bersifat peristiwa atau pendapat yang diucapkan oleh seseorang, jika diperkirakan akan menarik perhatian khalayak akan menjadi bahan dasar bagi jurnalistik akan merupakan bahan berita untuk dapat disebarluaskan kepada masyarakat" (Effendy. 2003:95)

Pencarian, pengumpulan, penyelesaian, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita menjadi karya jurnalistik, dan penyajiannya kepada khalayak melalui media massa periodik cetak atau elektronik, memerlukan keahlian, kejelian, dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik. Penerapan keterampilan jurnalistik harus dilandasi oleh prinsip yang mengutamakan kecepatan, ketepatan, kebenaran, kejujuran, keadilan, keseimbangan, dan tidak berprasangka

Dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa Jurnalistik adalah sebuah proses pencarian berita sampai berita tersebut disebarluaskan kepada khalayak dengan menggunakan media berkala. Terkait dengan hubungan antara jurnalistik dan pers. Adapun istilah pers adalah berasal dari istilah asing, yang pada aslinya adalah di tulis dengan kata press, yang berarti percetakan atau mesin cetak.

Pers memiliki dua pengertian yang berbeda, yakni pers dalam arti sempit dan pers dalam arti luas. Pers dalam arti sempit adalah media massa cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid, bulletin dan sebagainya. Sedangkan pers dalam arti luas meliputi media massa cetak elektronik antara lain radio dan televisi sebagai media yang menyiarkan karya jurnalistik.

> "Pers adalah lembaga atau badan atau organisasi yang menyebarkan berita karya jurnalistik kepada khalayak. Pers dan jurnalistik diibaratkan sebagai raga dan jiwa. Pers sebagai raga karena ia berwujud, konkret dan nyata, sedangkan jurnalistik adalah aspek jiwa karena abstrak, merupakan kegiatan, daya hidup, menghidupi aspek pers" (Effendy, 2003:90)

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pers dan jurnalistik tidak dapat dipisahkan. Pers tidak akan mungkin beroprasi tanpa jurnalistik, begitupun sebaliknya jurnalistik tidak akan mungkin mewujudkan suatu karya berita tanpa pers.

2.5 Tinjauan Tentang Televisi

2.5.1 Pengertian Televisi

Dalam realitas social yang berkembang pesat seperti ini, media memiliki perana paling besar. Media bukan hanya saluran yang menyebarkan informasi ke seluruh bagian bumi, tetapi juga merupakan saluran interaksi dalam berbagai komunikasi.

Salah satu media yang paling berkembang ialah media televisi. Televisi terdiri dari istilah “tele” yang berarti jauh dan “visi” (vision) yang berarti penglihatan. Segi jauhnya diusahakan oleh prinsip radio dan segi penglihatannya oleh gambar. Tanpa gambar tidak mungkin ada apa – apa yang dilihat. Jadi dapat dikatakan televisi merupakan perpaduan antara radio (broadcast) dengan fim (moving picture). (Effendy, 2003:174)

Dari pengertian diatas dapat dikatakan bahwa para penonton tidak akan menangkap siaran TV kalau tidak ada unsur radio, dan tidak akan mungkin dapat melihat gambar – gambar yang bergerak pada layar televisi jika tidak ada unsur – unsur film.

> “kekuatan televisi terletak pada kemasifan, keseketikaan dan pesona citra serta jangkauannya yang luas. Dibandingkan media lain, televisi begitu mudah dikonsumsi (ditonton), karena dengan hanya menekan tombol dan memilih saluran, ia langsung bisa hadir ke dalam rumah dan dapat dinikmati” (Halim, 2012:13)

Dengan demikian, realitas sosial yang berkembang pesat seperti sekarang ini sangat memungkinkan media memiliki peranan paling besar. Media bukan hanya saluran yang menyebarluaskan informasi, tetapi juga merupakan perantara untuk menyusun agenda dan memberitahukan hal – hal penting bagi manusia hingga sekalnjutnya menjadi saluran interaksi bagi seluruh kegiatan komunikasi. Kebutuhan tersebut menjadi modal dasar bagi pengelola media saat memulai kegiatan jurnalistik di lingkungan stasiun televisi yang dalam hal ini sebagai lembaga pers.

Dari pengertian – pengertian mengenai televisi diatas penulis memiliki kesimpulan bahwa televisi merupakan salah satu media yang paling efektif untuk dapat berkomunikasi dengan khalayak dalam cakupan yang lebih luas. Sifatnya yang audio visual memudahkan khalayak menangkap isi pesan yang disampaikan.

2.5.2 Sejarah Televisi

Cikal bakal televisi adalah piringan pemindai yang ditemukan pertama kali oleh insinyur berkebangsaan Jerman bernama Paul Nipkow (1860-1940). Kemudian peralatan piringan pemindai itu disempurnakan kembali oleh ilmuwan Skotlandia John Logie Baird pada 1926.

Pesawat televisi yang bias dipakai umum kali pertama di Inggris pada 1923 dan di Amerika Serikat pada 1938. Di Amerika Serikat pada awalnya didirikan enam stasiun televisi, masing – masing hanya melakukan penyiaran beberapa jam setiap harinya. Sekitar tahun 1950-an

jaringan televisi nasional didirikan hampir disetiap negara industi, ketika abad ke 20 hampir berakhir, televisi memasuki galaksi digital dengan munculnya televisi digital. Televisi ini dipancarkan dalam bentuk digital yang berbasis computer.

Di Indonesia, kehadiran televisi mulai dipikirkan setelah Indonesia terpilih menjadi tuan rumah penyelenggaraan ajang Sea Games IV yang dibuka pada 24 Agustus 1962. Pada 1961, Menteri Penerangan pada masa itu R. Maladi sebagai penggagas utama berharap agar kehadiran media televisi di pesta olahraga itu dapat dipergunakan sebagai langkah awal dari pembangunan media televisi nasional. Usulan tersebut didukung oleh Presiden Soekarno dan kemudian keputusan itu terwujud dalam SK Menteri no.20/SKM/1961 tentang pembentukan panitia persiapan televisi (P2T) pada 25 Juli 1961. Pada 22 Agustus 1962, media televisi yang disebut Televisi Republik Indonesia (TVRI) melakukan tugasnya untuk menyiarkan Asian Games VI dari 24 Agustus – 4 September 1962. Kepres No.318/1962 tentang pengintegrasian TVRI ke dalam yayasan Gelora Bung Karno menjadi langkah awal TVRI sebagai mefia televisi nasional. (Halim, 2012:18)

Dengan hadirnya TVRI sebagai stasiun televisi pertama di Indonesia memunculkan stasiun – stasiun televisi swasta baru yang menghiasi jagad media televisi di Indonesia. Televisi swasta pertama Rajawali Citra televisi (RCTI) menjadi stasiun televisi swasta pertama yang hadir di dunia pertelevisian Indonesia pada 24 Agustus 1989. Lalu

bermunculan lagi stasiun – stasiun TV swasta lainnya seperti SCTV, TPI, Indosiar dan ANTV yang mengikuti jejak RCTI sebagai stasiun televisi swasta di Indonesia.

Sepanjang tahun 2000 – 2001 lahir lagi stasiun – stasiun televisi swasta seperti Metro TV, TV7 (sekarang menjadi Trans7), TransTV, Lativi (sekarang menjadi TVOne) dan Global TV. Mereka mencoba bersaing dengan lima stasiun televisi swasta yang sudah mengudara sebelumnya. Seiring dengan terbukanya gerbang reformasi, televisi swasta local juga bermunculan di berbagai daerah.

2.5.3 Fungsi Televisi

Dalam era globalisasi ini, media televisi merupakan salah satu aspek terpenting dalam kehidupan manusia. Sifatnya yang audio visual menggambarkan bagaimana peran televisi dalam kehidupan manusia. Saat ini televisi menjadi kebutuhan tersendiri bagi setiap orang, informasi yang disampaikan melalui media televisi diyakini akan cepat dan mudah sampai pada penerimanya.

Televisi memiliki fungsi yang berbagai macam, fungsi televisi dibagi dalam komponen – komponen yang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Adapun fungsi televisi diantaranya :

1. Informasi

   Informasi saat ini menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting. Maka media massa (pers, radio, televisi, dan film) berperan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Masyarakat berkembang yang sedang membangun juga memerlukan informasi. Informasi diperlukan untuk mencapai kemajuan. Pada dasarnya berita-berita yang dimuat dalam media massa tersebut mengandung informasi yang sangat kaya.

2. Mendidik

   Media massa dalam banyak hal ini memang dapat juga berfungsi sebagai sarana pendidikan. Bukan saja karena informasi dan berita-beritanya yang kaya dengan pengetahuan, tapi juga ulasan-ulasannya, tajuk rencananya, kolom dan artikel-artikelnya dapat meningkatkan daya nalar dan pekerti masyarakat. Secara khusus bahkan beberapa media memang dimanfaatkan untuk sarana pendidikan.

3. Hiburan

   Penayangan film cerita / sinetron, acara musik, drama, komedi situasi, acara olahraga dan banyak lagi, sudah memperjelas peran media massa elektronik khususnya televisi dalam dunia hiburan. Peran media massa yang utama justru terletak pada kemampuannya dalam menyajikan program hiburan, yang sekaligus mendidik dan mengembangkan kebudayaan bangsa dimana media itu hidup.

4. Controling (kontrol)

   Dalam konteks televisi sebgai kontol sosial, setidaknya televisi mempunyai sebuah fungsi sebagai gambaran kehidupan sosial dalam suatu negara. Dalam hal ini maka televisi berperan sebagai minatur sebuah negara. Melalui televisi itulah seseorang dapat mengetahui bagaimana sebuah sistem kehidupan sosial itu diciptakan.

2.6 Tinjauan Tentang Berita

2.6.1 Pengertian Berita

Melihat dari fungsi televisi yang telah dijelaskan sebelumnya dapat dikatakan dalam setiap acara di stasiun televisi mewajibkan menghadirkan program acara berita. Hal ini ditujukan untuk menggunakan fungsi televisi yaitu fungsi informatif. Televisi sebagai media penghubung yang paling efektif sangatlah memiliki kesempatan besar untuk memberikan informasi secara cepat kepada khalayaknya yang membutuhkan informasi. Informasi tersebut dapat dikatakan sebagai sebuah berita.

Berita merupakan pelaporan realitas yang mencerminkan dan merefleksikan kenyataan dengan criteria, syarat atau ketegori tertentu hingga tersaji secara objektif. kriteria, syarat dan kategori tersebut memiliki arti dan memiliki nilai berita *(news value).* Sebuah berita memiliki nilai berita yang tinggi jika kriteria, syarat, kategori dan objektivitas fakta terpenuhi. (Halim, 2012:49)

Kekuatan berita adalah pada informasi,berita dibagi menjadi dua bagian yaitu berita keras (*hard news*) dan berita ringan (*soft news*). Seorang yang menjalani pekerjaan mencari berita haruslah memiliki integritas tinggi dalam proses mencari berita. Jenis berita dalam kaidah jurnalistik terdapa dua bagian yaitu :

1. Berita Keras (*Hard news*)

   Hard news/straight news Berita *hard news* adalah berita yang lugas, singkat, langsung ke pokok persoalan dan fakta-faktanya. Berita jenis *hard news* harus memenuhi unsur 5 W + 1 H secara ketat dan harus cepat-cepat dimuat, karena terlambat sedikit bisa basi. Istilah *hard news* lebih mengacu ke isi beritanya, sedangkan istilah straight news lebih mengacu ke cara penulisannya (struktur penulisan).

   Kadang penulisan berita macam ini juga disebut *breaking news* atau *straight news*. *Hard news* dipahami sebagai berita yang dibuat untuk menyampaikan peristiwa-peristiwa yang secepatnya harus diketahui khalayak. Karena itu penulisannya mengikuti struktur piramida tegak, dengan bagian yang terpenting pada pembukaan berita.

   Ada beberapa ciri-ciri khas dari *Hard news* yaitu mementingkan aktualitas. Definisi dari aktual adalah sedang menjadi pembicaraan orang banyak atau peristiwa yang baru saja terjadi.

2. Berita Lunak (*Soft news*)

   Berita Lunak (*Soft news*) adalah berita yang dari segi struktur penulisan relatif lebih luwes, dan dari segi isi tidak terlalu berat. *Soft news* umumnya tidak terlalu lugas, tidak kaku, atau ketat, khususnya dalam soal waktunya.

   Dari segi bentuknya, *Soft news* masih bisa kita perinci lagi menjadi dua: *News Feature* dan *Feature.*

   a. News Feature

      Feature yang mengandung unsur berita. Misalnya, tulisan yang menggambarkan peristiwa penangkapan seorang pencuri oleh polisi, yang diawali dengan kejar-kejaran, tertangkap, lepas lagi, dan semua liku-liku proses penangkapan itu disajikan secara seru, menarik, dan dramatis.

   b. Feature

      Feature adalah sejenis tulisan khas yang berbentuk luwes, tahan waktu, menarik, strukturnya tidak kaku, dan biasanya mengangkat aspek kemanusiaan.

2.6.2 Konsep Berita

Adapun konsep – konsep berita yang selalu dihadirkan dalam berbagai macam bentuk berita adalah :

1. Berita sebagai laporan cepat *(news as timely report)*

Konsep ini menitik beratkan pada segi baru terjadinya suatu peristiwa yang dijadikan actor penting dalam sebuah berita.

2. Berita sebagai rekaman *(news as record)*

   Berita yang tercetak dalam sebuah surat kabar merupakan bahan dokumentasi. Berita – berita tersebut semacam catatan bersejarah yang sangat berharga.

3. Berita sebagai fakta objektif *(news as objective facts)*

   Sebuah berita harus factual dan objektif, tetapi nilai objektif untuk suatu fakta merupakan hal yang membingungkan, Karena tidaklah mungkin ada objektivitas yang mutlak

4. Berita sebagai interpretasi *(news as interpretation)*

   Dalam situasi yang komplek yang menyangkut bidang politik, ekonomi dan ilmu pengetahuan, suatu fakta perlu dijelaskan agar khalayak mengerti. Mereka perlu dijelaskan mengenai sebab – sebabnya, latar belakangnya, akibatnya, situasinya dan hubungannya dengan hal – hal lain.

5. Berita sebagai sensasi *(news as sensation)*

   Dalam hal ini terdapat unsur subjektif, yaitu bahwa sesuatu yang mengejutkan dan yang menggetarkan atau mengharukan bagi khalayak yang satu dan yang lainnya.

6. Berita sebagai minat insane *(news as human interest)*

   Dalam hal ini, berita menariknya bukan karena pentingnya peristiwa yang dilaporkan, tetapi karena sifatnya menyentuh

perasaan insane, menimbulkan perasaan iba, terharu, gembira, prihatin dan lain sebagainya.

7. Berita sebagai ramalan *(news as prediction)*

   Seorang wartawan cenderung untuk menaruh perhatian kepada masa depan dari masa kini dan masa lalu. Karena khalayak lebih tertarik pada masa depan sehingga ditampilkannya berita sebagai ramalan ini.

8. Berita sebagai gambar *(news as picture)*

   Gambar – gambar yang disajikan dalam berita memiliki nilai berita tersendiri. (Effendy, 2003:133)

2.7 Tinjauan Tentang Reporter

Reporter adalah sebutan bagi salah satu profesi yang di gunakan dalam bisnis media massa. Sebutan ini lebih di spesifikan untuk radio dan televisi. Sedangkan bagi media cetak cenderung menggunakan sebutan wartawan. Kedua-duanya dapat saja dipakai, karena ruang lingkup tugasnya secara umum adalah sama. Dan kadang-kadang orang juga menyebut kedudukan tersebut sebagai koresponden.

Dalam bekerja, seorang reporter biasanya tidak seorang diri. Ia akan ditemani oleh seorang juru kamera. Jika tim itu lengkap maka akan juga ikut serta seorang juru suara *(soundman)* dan juru lampu *(lightingman).*

Tetapi pada saat sekarang ini di beberapa Negara telah berkembang model *"one man news team"*. Yang di Indonesa lebih dikenal dengan sebutan *VJ (Video*

Journalist). Tetapi, model ini menurut beberapa kalangan sangat tidak efektif. Karena tidak bisa menghasilkan suatu sajian berita atau peristiwa yang maksimal. Tetapi tetap saja masih dilakukan oleh stasiun-stasiun televisi yang ada di Indonesia dan beberapa Negara di dunia untuk setiap peliputan berita bahkan peristiwa besar sekalipun.

Model inilah yang menjadikan pekerjaan seorang reporter menjadi lebih komplek. Karena ia juga aktif sebagai wartawan yang mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, lalu menyusunnya kedalam format penulisan berita yang kemudian akan disiarkan.

Untuk menjadi seorang reporter, harus mempunyai keahlian yang memadai dalam hal menyelidiki, mengumpulkan berita, mengambil gambar, wawancara dan ,menulis naskah berita yang sangat berbeda dengan penulisan di media cetak. Sehingga dalam penayangan informasinya akan menjadi suatu jalinan cerita dan laporan yang menarik untuk disaksikan dan dinikmati oleh nonton. Dengan demikin reporter harus memiliki *sense of news* yang tinggi.

Untuk menunjang itu semua, diperlukan pengetahuan tentang Jurnalistik siaran yang sangat perlu di pelajarai untuk seseorang yang ingin menggeluti profesi sebagai reporter, tujuannya adalah agar reporter memiliki kemampuan yang baik secara teknis maupun non teknis, sehingga faktor-faktor aktualitas yang merupakan hal pokok tetap terjaga untuk menjaga Kredibilitas reporter dan televisinya yang bersangkutan.

Reporter televisi pada saat sekarang ini yang banyak menggunakan model one man news team menjadi semakin komplek. Selain melaporkan kejadian secara langsung ditempat, ia juga harus bisa menggunakan kamera teknik dalam pengmbilan gambar. Selain itu juga reporter harus menguasai teknik wawancara dan penulisan naskah berita.

Pada stasiun televisi besar, seorang reporter biasanya ditugaskan juga kebeberapa daerah dan bahkan ditempatkan di luar negeri. Biasanya reporter tersebut dinamakan koresponden.

Penugasan reporter sangat bervariasi dan semuanya menyangkut hal yang amat penting, mulai dari makan siang seorang pejabat, kebakaran, hingga laporan penyelidikan *(indepth investigative)*, tentang korupsi pejabat, ataupun tentang kebijakan ekonomi dan politik bagi masyarakat luas.

Reporter juga harus memiliki kemampuan untuk menentukan pandangan atau menekankan pada peristiwa tertentu yang lebih spesifik. Hal ini perlu agar dapat memerikas item-item berita penting dalam rangka menentukan ide pembuatan laporan berita. Tetapi yang menjadi tugas paling utama seorang reporter agar dalam setiap peliputan dapat memahami apa yang sedang diliputnya adalah, seorang reporter harus selalu mengikuti perkembangan berita yang telah dilaporkan sebelumnya guna melaporkan peristiwa tersebut serta menambahkan laporan.

2.8 Tinjauan Kredibilitas

Kredibilitas ialah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat – sifat komunikator. Didalam definisi ini terkandung dua hal yaitu : (1) kredibilitas adalah persepsi komunikate, jadi tidak inheren dalam diri komunikator, (2) kredibilitas adalah berkenaan dengan sifat – sifat komunikator, yang selanjutnya akan kita sebut sebagai komponen – komponen kredibilitas. (Rakhmat, 2008:257)

Cangara (2012:95) mengemukakan bahwa “Kredibilitas ialah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (penerima).”

Dari pandangan – pandangan diatas dapat dikatakan kredibilitas merupakan suatu persepsi yang ditangkap oleh komunikan terhadap komunikatornya. Perilaku komunikator menjadi acuan kredibilitas seseorang dihadapan komunikannya. Selain pelaku persepsi, factor situasi juga mempengaruhi kredibilitas. Misalnya, pembicara pada media massa memiliki kredibilitas yang lebih tinggi dibandingkan pembicara pada pertemuan RT.

Kredibilitas pun dapat dibedakan dari bentuknya, ada tiga macam bentuk kredibilitas yaitu :

1. *Initial Kredibility*

   Kredibilitas yang diperoleh komunikator sebelum proses komunikasi berlangsung. Misalnya seorang pembicara yang sudah punya nama besar bisa mendatangkan banyak pendengar, atau tulisan seorang pakar yang sudah terkenal akan mudah dimuat di surat kabar, meski editor belum membacanya.

2. *Derived Credibility*

   Kredibilitas yang diperoleh seseorang pada saat komunikasi berlangsung. Misalnya pembicara memperoleh tepuk tangan dari pendengar karena pidatonya masuk diakalnya atau membakar semangatnya.

3. *Terminal Kredibility*

   Kredibilitas yang diperoleh seorang komunikator setelah pendengar atau pembaca mengikuti ulasannya. Seorang komunikator yang ingin memperoleh kredibilitas perlu memiliki pengetahuan dalam, pengalaman yang luas, kekuasaan yang dipatuhi dan status sosial yang dihargai. (Cangara, 2012:97)

Selain bentuk – bentuk kredibilitas, komponen – komponen kredibilitas pun termasuk kedalam factor hadirnya kredibilitas seseorang. Menurut Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi mengatakan : ada dua komponen kredibilitas yang paling penting ialah keahlian dan kepercayaan. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikate tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topic yang dibicarakan. Komunikator yang dinilai tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman atau terlatih. Tentu sebaliknya, komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman, tidak tahu dan bodoh. Kepercayaan adalah kesan komunikate tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. (Rakhmat, 2008:260)

Selain dua komponon diatas, Koehler, Annatol dan Applbaum menambahkan empat komponen lagi diantaranya :

1. Dinamika

   Dinamika ummumnya berkenaan dengan cara berkomunikasi, dalam komunikasi Dinamika memperkokoh kesan keahlian dan kepercayaan.

2. Sosiabilitas

   Sosiabilitas adalah kesan komunikate tentang komunikator sebagai orang yang periang dan senang bergaul.

3. Koorientasi

   Koorientasi ialah kesan komunikate tentang komunikator sebagai orang yang mewakili kelompok yang kita senangi, yang mewakili nilai – nilai kita.

4. Karisma

   Karisma digunakan untuk menunjukan suatu sifat luar biasa yang dimiliki komunikator yang menarik dan mengendalikan komunikate seperti magnet menarik benda – benda disekitarnya. (Rakhmat, 2008:260)

2.9 Kerangka Pemikiran

2.9.1 Keraangka Teoritis

Dalam memproduksi berita, para reporter mencari dan menggali setiap peristiwa yang terjadi untuk diinformasikan kepada masyarakat banyak. Selain mencari berita, reporter pun biasanya menuliskan naskah berita hasil peliputan dilapangan.

Selain melakukan tugas peliputan secara off the reccord, biasanya prg\ogram Redaksi Pagi Trans7 melakukan kegiatan peliputan secara langsung *(live).* Biasanya para reporter melakukan peliputan secara langsung apabila terjadi kejadian yang wajib untuk diinformasikan secara cepat kepada masyarakat. Contohnya seperti terjadi gempa bumi, banjir, hingga kejadian – kejadian yang dirasa harus cepat dan langsung diinformasikan kepada masyarakat.

Krikelas (dalam **Rosita**, 2006: 16) berpendapat bahwa perilaku pencarian informasi adalah kegiatan dalam menentukan dan mengidentifikasikan pesan untuk memuaskan kebutuhan informasi yang dirasakan. Perkembangan penyampaian informasi sangat dirasakan oleh para perusahaan media dalam hal ini adalah mereka yang bergerak dalam hal penyampaian informasi. Kecanggihan teknologi serta banyaknya persaingan menuntut mereka harus dengan segera menyusun beberapa hal dengan tepat, baik itu yang bersifat teknis, maupun non teknis.

Majunya teknologi di era modern ini pun mendukung majunya pola piker dan kreatifitas dari individu khususnya reporter dalam mencari berita. Adanya hal ini memang mengharuskan kepasa setiap perusahaan media untuk dapat memberikan kemudahan kepada reporternya dalam mencari berita. Kemudahan dalam hal ini ialah fasilitas – fasilitas yang dibutuhkan oleh reporter yang menunjang untuk mencari berita. Dalam hal ini juga, perusahaan harus menyediakan fasilitas pertukaran informasi yang mudah, cepat dan akurat, sehingga berita yang diperoleh oleh

reporter sesuai dengan informasi yang dibutuhkan khalayak. Maka dari itu, setiap perusahaan media harus berlomba untuk memberikan informasi berita secara kreatif untuk bias memudahkan ke jenjang berikutnya.
Pendapat lebih rinci dikemukakan oleh Drao yang dikutip oleh Luki

Pada dasarnya, semuanya itu bertujuan positif dimana dapat mempermudah orang lain dalam mendapatkan informasi. Banyaknya persaingan menuntut para perusahaan media tersebut untuk lebih kreatif lagi tetapi dapat juga menghasilkan keuntungan bagi kedua belah pihak baik itu si perusahaan media maupun masyarakat.

Hal tersebut diatas tidak dapat berjalan dengan baik apabila reporter tidak didasari dengan kredibilitas yang baik. Kredibilitas tersebut adalah seperangkat persepsi komunikan tentang sifat-sifat komunikator.

Dalam definisi ini terkandung dua hal yaitu :

1. Kredibilitas adalah persepsi komunikan; jadi tidak inheren dalam diri komunikator. (Rakhmat, 2008:260)
2. Kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yang selanjutnya akan kita sebut sebagai komponen - komponen kredibilitas. (Rakhmat 2008 : 257).

Selanjutnya menurut Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi mengatakan komponen komunikator kredibilitas diantaranya :

1. Keahlian

   Merupakan kesan yang dibentuk komunikan tentang kemampuan komunikator dengan hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang tinggi pada keahliannya dianggap cerdas, mampu, ahli, berpengalaman, dan terlatih. (Rakhmat, 2008:260)

2. Kepercayaan

   Merupakan kesan komunikan tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya (Jujur atau tidak jujur, tulus atau lancang, dan sebagainya). (Rakhmat, 2008:260)

3. Dinamika

   Dinamika berkenaan dengan cara berkomunikasi, bergairah, bersemangat, aktif, tegas, dan berani. Dinamika memperkokoh kesan keahlian dan kepercayaan. (Rakhmat, 2008:260)

4. Sosiabilitas

   Merupakan kesan komunikan tentang komunikator sebagai orang yang periang dan suka bergaul. (Rakhmat, 2008:260)

5. Koorientasi

   Koorientasi ialah kesan komunikate tentang komunikator sebagai orang yang mewakili kelompok yang kita senangi, yang mewakili nilai – nilai kita. (Rakhmat, 2008:260)

6. Karisma

   Menunjukkan suatu sifat luar biasa yang dimiliki komunikator yang menarik dan mengendalikan komunikan seperti magnet menarik

benda-benda sekitarnya. Karisma terletak pada persepsi komunikan. (Rakhmat, 2008:260)

2.9.2 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis diatas, maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian dengan menggunakan komponen – komponen kredibilitas yang sesuai dengan kredibilitas seorang reporter seperti telah dijabarkan menurut Jalaluddin Rakhmat.

1. Keahlian

   Dari komponen – komponen kredibilitas diatas dapat dikatakan bahwa seorang reporter dinyatakan kredibel apabila memiliki keahlian, keahlian disini dapat berupa menguasai teknik wawancara, reportase, mengolah naskah berita dan menyebarluaskan kepada khalayak dalam hal ini penonton televisi.

2. Kepercayaan

   Dalam hal kepercayaan seorang reporter akan dianggap kredibel apabila pada setiap peliputan beritanya memberikan berita yang sesuai dengan fakta tanpa menambah dan mengurangi informasi yang didapatkannya. Selain itu reporter harus memahami dan menerapkan kode etik jurnalistik yang berlaku.

3. Dinamika

   Seorang reporter harus memiliki sifat dinamis yaitu bersemangat dan bergairah untuk mendapatkan sebuah berita yang

akan disebarluaskan melalui media televisi. Selain itu, seorang reporter juga harus berani dalam menghadapi setiap tantangan dalam pekerjaannya memperoleh sebuah berita. Pada saat melakukan peliputan investigasi seorang reporter harus berani mengungkapkan apa yang tersembunyi dan menyebarluaskannya kepada khalayak dalam hal ini penonton. Apabila seorang reporter mampu melaksanakan setiap tugasnya dengan dinamis maka komunikan akan beranggapan reporter tersebut memiliki kredibilitas yang baik.

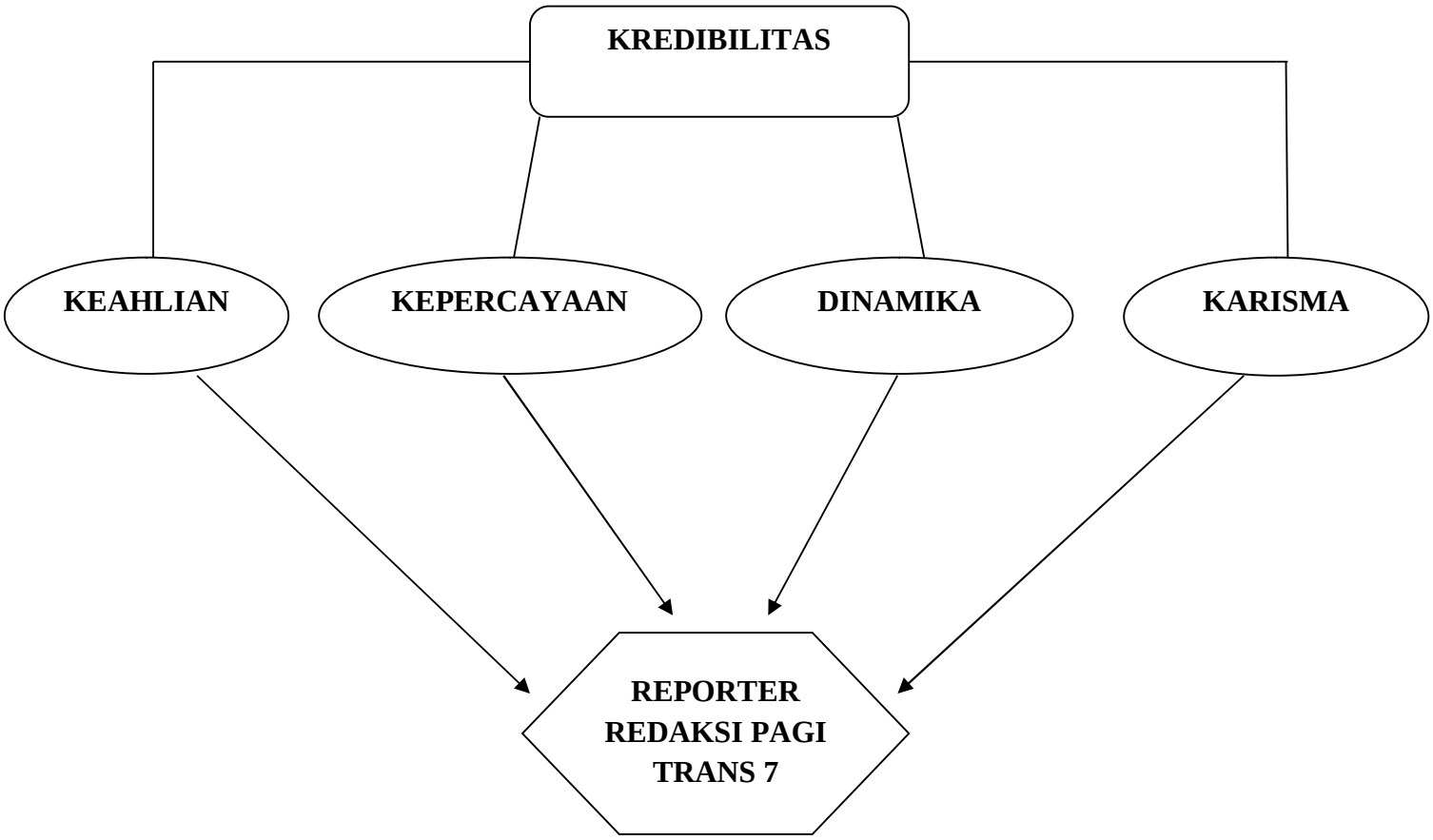
4. Karisma

Hal terakhir yang membuat seorang reporter memiliki kredibilitas ialah karisma. Seorang reporter dianggap memiliki kredibilitas apabila reporter tersebut memiliki karisma. Dalam hal ini seorang reporter dapat menunjukan keahliannya dalam hal pencarian dan peliputan suatu berita dimana seorang reporter dapat menarik komunikannya untuk dapat terlibat langsung dalam sebuah peristiwa yang terjadi. Maka dari itu, orang dalam hal ini penonton akan dengan mudah memperoleh informasi yang disampaikan oleh reporter dalam media televisi dengan menunjukan kredibilitasnya. Namun hal itu tergantung pada persepsi dari komunikannya tersebut, komunikanlah yang menilai seorang reporter tersebut memiliki kredibilitas yang baik atau tidak.

Berdasarkan kerangka konseptual yang peneliti lakukan, maka peneliti mengkaji melalui alur pemikiran peneliti. Berikut alur pemikiran peneliti sesuai dengan model kredibilitas menurut Jalaludin Rakhmat.

Gambar 2.2

Gambar Alur Pemikiran Peneliti



Sumber : Peneliti, 2013