

STRATEGI KOMUNIKASI *NEWS PRESENTER* DALAM PENYAMPAIAN BERITA

(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi *News Presenter* dalam
Penyampaian Berita pada Program Acara "Sumut Dalam Berita" di TVRI
Sumatera Utara)

Emilia Ramadhani, Silvadhiah Suci Utami

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi *News Presenter* dalam penyampaian berfokus pada strategi komunikasi *News Presenter* dalam penyampaian berita pada program acara "Sumut Dalam Berita" di TVRI Sumatera Utara). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi *news presenter* dalam penyampaian berita, mengetahui hambatan yang dialami oleh *news presenter* dalam penyampaian berita, dan mengetahui cara mengatasi hambatan yang dihadapi oleh *news presenter* dalam penyampaian berita. Teori yang digunakan antara lain Komunikasi, Strategi Komunikasi, Hambatan Komunikasi, Komunikasi Massa, Komunikasi Verbal dan Nonverbal, dan Penyiar Berita. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif. Penentuan informan menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan kriteria seorang *news presenter* TVRI Sumatera Utara di program "Sumut Dalam Berita", menyiar lebih dari dua tahun, pernah *live report / live cross*. Subjek penelitian lima orang, tiga informan utama yang merupakan *news presenter*, dan informan tambahan seorang pengarah acara serta produser Sumut Dalam Berita di TVRI Sumut. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam secara terbuka, observasi dan penelitian kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *news presenter* menggunakan strategi komunikasi dalam penyampaian berita agar tujuan komunikasi dapat dicapai yaitu pesan dalam berita dapat tersampaikan, serta hambatan – hambatan komunikasi yang sering muncul dapat diatasi.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Hambatan Komunikasi, *News Presenter*, Berita,

PENDAHULUAN

Konteks Masalah

News presenter yang merupakan ujung tombak dari suatu program berita memiliki tugas utama yaitu menyampaikan informasi atau pesan kepada pemirsa. Tidak heran seorang *news presenter* dituntut harus mampu menyampaikan berita dengan jelas, padat, dan dapat dimengerti penonton atau khalayak. Memiliki penampilan yang *good looking* dan *skill* yang mumpuni itu saja tidak cukup, *news presenter* harus *up to date* terhadap peristiwa yang sedang terjadi saat ini dan harus memiliki wawasan yang luas.

TVRI Sumatera Utara kali pertama mengudara pada 28 Desember 1970 dan merupakan stasiun televisi pertama di Medan, Sumatera Utara. TVRI Sumatera Utara merupakan televisi yang menayangkan informasi terkait konten lokal Sumatera Utara. Hingga saat ini TVRI Sumatera Utara telah memiliki

stasiun pemancar sebanyak 21 unit, hadir ditengah-tengah masyarakat agar informasi yang sedang terjadi dapat cepat diketahui oleh masyarakat Sumatera Utara.

Adapun segmentasi siaran yang ditayangkan oleh TVRI Sumut, yaitu seputar berita, informasi, pendidikan, agama, budaya, olahraga, hiburan/musik, iklan, dan layanan masyarakat. Salah satu program acara berita di TVRI Sumatera Utara adalah "Sumut Dalam Berita". Program berita yang satu ini merupakan program unggulan dari program berita lainnya di TVRI Sumut. Program Sumut Dalam Berita membahas seputar informasi mengenai kejadian dan peristiwa kriminal, ekonomi, politik, sosial, budaya, wisata, hingga karya kerajinan dan oleh-oleh khas Sumatera Utara. Tayang pada pukul 16.00 wib dengan durasi tayang selama 60 menit setiap hari senin hingga jumat, dan 30 menit setiap hari sabtu dan minggu.

Sumut Dalam Berita adalah program acara unggulan memiliki para *news presenter* profesional yang menjadi ujung tombak keberhasilan program ini. Sebagai seorang *news presenter* yang baik harus mampu membawakan suasana acara dan membuat pemirsa menjadi nyaman dan tertarik untuk menontonnya. Acara yang berlangsung secara *live* ini menjadi tantangan bagi seorang *news presenter* ketika membawakannya, karena memiliki resiko yang lebih sulit untuk mengatasi kesalahan yang apabila terjadi.

Berdasarkan konteks masalah diatas, peneliti tertarik untuk meneliti strategi komunikasi para *news presenter* TVRI Sumut dalam mengatasi hambatan-hambatan komunikasi yang terjadi baik sebelum dan saat berlangsungnya program acara Sumut Dalam Berita di TVRI Sumatera Utara.

Fokus Masalah

Berdasarkan konteks masalah yang diuraikan di atas, maka dapat ditentukan fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah: "Bagaimana Strategi Komunikasi *News Presenter* Dalam Penyampaian Berita Pada Program Acara Sumut Dalam Berita di TVRI Sumatera Utara?".

Tujuan Penelitian

- a) Untuk mendefinisikan strategi komunikasi *news presenter* dalam penyampaian berita
- b) Untuk menginterpretasikan hambatan - hambatan yang dialami oleh *news presenter* dalam penyampaian berita
- c) Untuk memahami cara mengatasi hambatan - hambatan yang dihadapi oleh *news presenter* dalam penyampaian berita.

KAJIAN LITERATUR

Paradigma Kajian

Paradigma konstruktivisme menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Konstruktivisme menegaskan bahwa pengetahuan tidak lepas dari subjek yang sedang belajar mengerti. Paradigma konstruktivisme bertujuan untuk memahami apa yang menjadi konstruksi suatu realitas yang membuat peneliti harus dapat mengetahui dan menggali faktor apa saja yang mendorong suatu realita dapat terjadi dan

menjelaskan bagaimana faktor-faktor tersebut merekonstruksi realita tersebut (Pujileksono, 2016 : 28-29).

Penelitian yang dilakukan pada *news presenter* TVRI Sumut ini untuk melihat fakta strategi komunikasi apa yang digunakan *news presenter* TVRI Sumut dalam menyampaikan berita serta melihat hambatan-hambatan apa yang terjadi sehingga mengganggu para *news presenter* TVRI Sumatera Utara saat membawakan berita.

Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*To make common*). Komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator atau diterima oleh komunikan. Jika tidak terjadi kesamaan makna antara kedua aktor komunikasi (*communication actors*) yakni komunikator dan komunikan, dengan kata lain komunikan tidak mengerti pesan yang diterimanya, maka komunikasi tidak terjadi. Dalam rumusan lain, situasi tidak komunikatif (Effendy 2003:30).

Sesuai definisi komunikasi klasik menurut Harold Laswell (Mulyana, 2007:143) yaitu *Who, says What, in Which Channel, to Whom, with What Effect* (siapa, mengatakan apa, pada saluran apa, kepada siapa, dengan efek seperti apa), pada definisi ini terdapat lima elemen yaitu sumber, pesan, saluran, penerima dan efek.

Strategi Komunikasi

Strategi pada dasarnya adalah sebuah perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dengan manajemen komunikasi (*Communication Management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Effendy, 1993: 301). Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*Approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Tujuan Strategi Komunikasi

Tujuan strategi komunikasi adalah untuk membuat komunikasi yang efektif dan berhasil dimengerti oleh komunikannya. Menurut Liliweri dalam bukunya "Komunikasi Serba Ada dan Serba Makna" (Liliweri, 2011 : 248-249) strategi komunikasi mempunyai tujuan yaitu :

1. Memberitahu (*Announcing*)
2. Memotivasi (*Motivating*)
3. Mendidik (*Educating*)
4. Menyebarkan Informasi (*Informing*)
5. Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting Decision Making*).

Tujuan utama dari strategi komunikasi ialah untuk memastikan komunikan mengerti dengan pesan yang diterimanya. Berhasil tidaknya kegiatan komunikasi lebih kurang ditentukan oleh strategi komunikasi.

Fungsi Strategi Komunikasi

Menurut R. Wayne Pace (Effendy, 2005: 32) tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

- a. *To Secure Understanding*
(Untuk memberikan sebuah pengertian kepada khalayak sasaran. Komunikator)
- b. *To Establish Acceptance*,
(Untuk menciptakan proses penerimaan dalam diri khalayak sasaran)
- c. *To Motivate Action*.
(Untuk memotivasi khalayak sasaran agar bertindak)

Hambatan Komunikasi

Di dalam proses komunikasi biasanya terdapat gangguan atau hambatan yang menyebabkan proses penyampaian pesan tidak berjalan dengan baik dan efektif sehingga pesan yang ingin disampaikan komunikator tidak diterima dengan baik oleh komunikan sehingga menimbulkan salah pengertian antara komunikator dengan komunikannya atau disebut miss communication.

Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan bahasa lisan (*oral communication*) dan bahasa tulisan (*written communication*). Dalam penyampaian pesan, biasanya komunikator lebih banyak menggunakan pesan verbal yakni bahasa. Karena itu seorang komunikator membutuhkan pengetahuan tentang bentuk-bentuk pesan verbal (Ronald B. Adler dan George Rodman dalam Sendjaja 1994: 256) yang terdiri dari;

- a) Struktur pesan
- b) Gaya pesan
- c) Daya tarik pesan

Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai potensial bagi pengirim atau penerima, jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja juga tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (Mulyana, 2010:198). Komunikator pun tidak cukup berkomunikasi dengan mengandalkan pesan-pesan verbal karena tidak semua konsep diwakili oleh sebuah kata atau bahkan kalimat. Kita membutuhkan dukungan pesan nonverbal. Ada tiga bentuk pesan nonverbal (Sendjaja, 1994:617) yaitu:

- a) Kinesik
Pesan gerakan tubuh/anggota tubuh.
- b) Proksemik

Pesan pemeliharaan jarak fisik tatkala kita berkomunikasi (jarak intim, pribadi, kelompok, dan jarak dengan khalayak).

c) Paralinguistik

Pesan-pesan paralinguistik melalui penampilan kualitas suara, ciri-ciri vokal, pembatasan vokal, dan pemisahan vokal.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa baik itu melalui media cetak atau media elektronik (Nurudin, 2009 : 3-4). Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen.

Media Massa

Media massa menurut Cangara (2007: 134), media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak luas dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Media massa diyakini memiliki kekuatan yang dahsyat untuk memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Media massa mampu mengarahkan, membimbing, dan memengaruhi kehidupan di masa kini dan masa datang.

Media Televisi

Kata "televisi" itu sendiri merupakan gabungan dari kata tele yang artinya "jauh" dari bahasa Yunani dan visio yang artinya "penglihatan" dari bahasa Latin, dengan kata lain televisi dapat diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual / penglihatan.

Darwanto (2007: 27) mendefinisikan televisi adalah suatu bentuk media massa yang dinilai paling efektif saat ini. Melalui sifat audio visualnya yang tidak dimiliki media massa lain, perkembangan teknologinya yang begitu cepat dan penayangannya yang mempunyai jangkauan yang relatif tidak terbatas, televisi dapat menarik banyak simpatik dari kalangan masyarakat luas.

Undang – Undang RI Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran

BAB III PENYELENGGARAAN PENYIARAN

Bagian Ketiga (Jasa Penyiaran Pasal 13) dan Bagian Keempat (Lembaga Penyiaran Publik Pasal 14).

Pasal 13 ayat 1 bagian (b): Jasa penyiaran televisi dan ayat 2 bagian (a) Jasa Lembaga Penyiaran Publik.

Bagian Keempat (Lembaga Penyiaran Publik)

Pasal 14

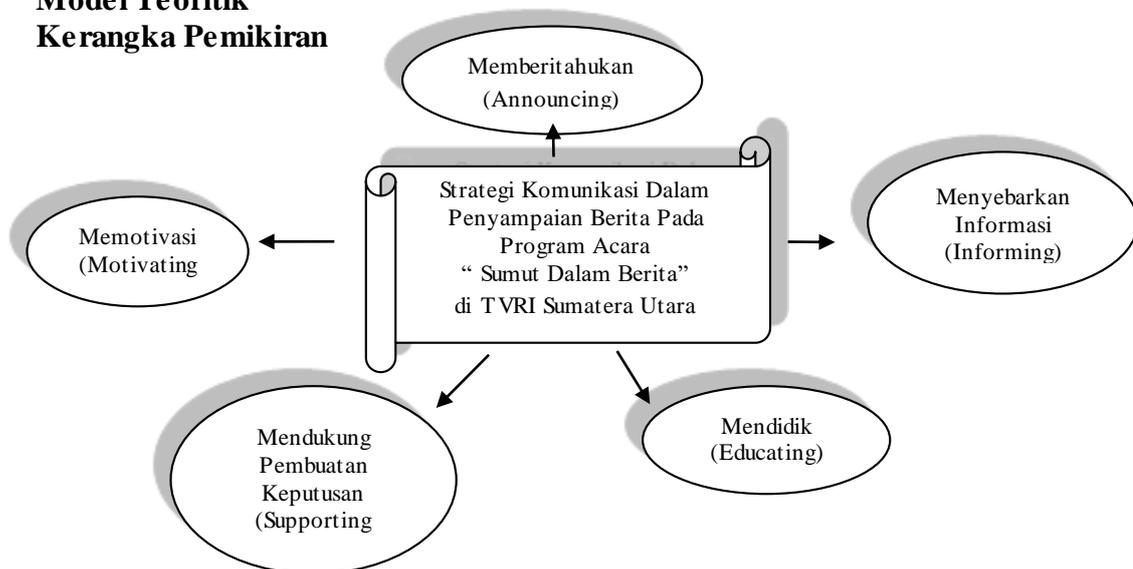
- 1) Lembaga Penyiaran Publik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (2) huruf a adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang

- didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.
- 2) Lembaga Penyiaran Publik sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) terdiri atas Radio Republik Indonesia dan Televisi Republik Indonesia yang stasiun pusat penyiarnya berada di ibu kota Negara Republik Indonesia.
 - 3) Di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan Lembaga Penyiaran Publik lokal.
 - 4) Dewan pengawas dan dewan direksi Lembaga Penyiaran Publik dibentuk sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Penyiar Berita Televisi

Pembaca berita atau 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 penyampai berita, yakni pembaca berita (*News reader*), penyiar berita (*News presenter*), dan jangkar berita (*News anchor*).

Model Teoritik Kerangka Pemikiran



METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambar tentang kondisi situasi ataupun fenomena tertentu. (Bungin, 2009:49)

Subjek Penelitian

Subjek penelitian atau informan dalam penelitian ini adalah tiga *news presenter* dalam program acara "Sumut Dalam Berita" di TVRI Sumatera Utara sebagai informan utama.

Karakteristik informan dikategorikan dengan pertimbangan sebagai berikut:

- 1) *News presenter* TVRI Sumatera Utara di program "Sumut Dalam Berita";
- 2) Sudah menyiar lebih dari dua tahun;
- 3) Sudah pernah *live report* dan *live cross*.

Informan tambahan adalah seorang pengarah acara dan produser "Sumut Dalam Berita" TVRI Sumut. Informan dipilih secara purposive sampling

Objek penelitian

Objek penelitian ini adalah strategi komunikasi yang digunakan *news presenter* dalam penyampaian berita pada program acara "Sumut Dalam Berita" di TVRI Sumatera Utara.

Unit Analisis

Unit analisis pada umumnya dilakukan untuk memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh tentang situasi yang diteliti objek penelitian. Menurut Spradley (1980) unit analisis dalam penelitian ini meliputi 3 komponen (Sugiyono, 2007: 68). yaitu:

1. Tempat, penelitian ini berlangsung di TVRI Sumatera Utara
2. Pelaku, dalam penelitian ini adalah subjek penelitian yaitu *news presenter*, pengarah acara, dan produser di TVRI Sumatera Utara.
3. Kegiatan, yaitu kegiatan yang dilakukan oleh pelaku dalam mengetahui bagaimana strategi komunikasi news presenter dalam penyampaian berita.

Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara Mendalam (*indepth interview*).
- b. Observasi atau pengamatan
- c. Penelitian Kepustakaan

Keabsahan Data

Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan yang didasarkan atas sejumlah criteria tertentu yakni, *credibility*, *dependability*, dan *authenticity* (Moleong: 2008: 322) :

1. *Credibility* (Kepercayaan)
2. *Dependability* (Kebergantungan)
3. *Authenticity* (Keaslian)

Teknik Analisis Data

Analisis data Model Miles dan Huberman dilakukan melalui 3 tahap (Pujileksono, 2015 : 152), yaitu :

1. Reduksi data
2. Penyajian Data
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap lima orang informan, tiga diantaranya adalah *news presenter* yang memiliki kriteria yang sesuai dengan ketentuan

peneliti, satu orang pengarah acara dan satu orang produser. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, **informan I** yang memenuhi kriteria yang sesuai adalah, Widya Utami Putri Noviadi yaitu salah satu *news presenter* wanita diprogram Sumut Dalam Berita, **Informan II** adalah Lukman Hakim Sitorus *news presenter* TVRI selama 12 tahun, **Informan III** adalah Keryawan Sembiring *news presenter* TVRI yang paling senior selama 15 tahun. **Informan IV** Tuti Daswisaptri adalah pengarah acara dan **informan V** Sri Rukmini Produser Sumut Dalam Berita TVRI Sumut. Keduanya dulu pernah menjadi seorang *news presenter* dan reporter. **Informan ke- IV dan V** merupakan informan tambahan. Peneliti merasa bahwa data yang didapatkan sudah jenuh dan tidak ada lagi hal baru yang peneliti dapatkan sehingga penelitian dihentikan sampai pada **informan V**.

News presenter TVRI Sumatera Utara, harus mampu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat di Sumatera Utara. Strategi komunikasi konsep Harold D. Laswell yang menjelaskan bahwa untuk bisa memahami strategi komunikasi maka harus mampu menjawab pertanyaan berikut :

- (Who), : Siapa komunikatornya?
News presenter Sumut Dalam Berita di TVRI Sumatera Utara.
- (Says What), : Pesan apa yang disampaikan?
Bahasa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bahasa verbal yaitu berita. Gambar, mimik, dan gestur yang dimaksud adalah bahasa non verbal berupa ekspresi wajah dan gerak tubuh.
- (In Which Channel), : Media apa yang digunakannya?
Televisi dengan saluran TVRI Sumatera Utara (Televisi Republik Indonesia wilayah Sumatera Utara).
- (To Whom), : Siapa komunikannya?
Seluruh pemirsa yang menonton Sumut Dalam Berita TVRI Sumatera Utara
- (With What Effect), : Efek apa yang diharapkan?
Pemirsa memahami berita yang disampaikan.

Dari hasil wawancara menegaskan bahwa strategi komunikasi tersebut dapat dilakukan karena didukung oleh adanya metode dan taktik yang masing – masing dimiliki oleh informan **I, II, dan III** sebagai *news presenter* yang menjalankan strategi komunikasi. Ketiga informan utama menggunakan metode yang sama yaitu, metode informatif. Metode informatif digunakan secara terencana dalam strategi komunikasi ini untuk mencapai tujuan dari poses komunikasi *news presenter* dalam menyampaikan berita. Taktik merupakan tahapan atau langkah- langkah yang digunakan dalam menjalankan strategi komunikasi. Taktik yang dimaksud oleh peneliti adalah tahapan atau langkah- langkah strategi komunikasi yang dilakukan oleh **informan I, II, dan III** saat menyampaikan berita ketika siaran Sumut Dalam Berita.

Taktik yang merupakan langkah – langkah dari strategi komunikasi saat menyampaikan berita yang telah dirangkum keseluruhannya dan disusun secara sistematis oleh peneliti, sebagai berikut:

- ▶ *News presenter tepat waktu*
- ▶ *News presenter* melakukan persiapan, penampilan dan penguasaan materi berita
- ▶ *News presenter* harus memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas.
- ▶ *News presenter* sudah memiliki rasa percaya diri yang mantab untuk menyampaikan berita.
- ▶ *News presenter* membuka acara sumbu dalam berita dengan rasa yakin dan percaya diri dan menyampaikan informasi yang ada dalam berita dengan baik dan benar.
- ▶ Menguasai panggung dan keadaan sekitar, serta menjaga kefokuskan dan konsentrasi, namun tetap rileks.

Strategi komunikasi tidak akan terlepas dari hambatan- hambatan komunikasi. Tidak jarang *news presenter* menemukan hambatan - hambatan yang terjadi saat menyampaikan berita, hambatan – hambatan itu bisa muncul dari dalam diri (Internal) *news presenter* itu sendiri maupun muncul dari luar atau lingkungan sekitar (Eksternal).

Hambatan internal: Gugup, penyebutan kata yang salah (nama, jabatan, atau istilah asing atau daerah), pemenggalan kata yang tidak tepat, prasangka terhadap apa yang akan terjadi, tidak menguasai materi pembahasan saat segmen dialog, *wardrobe* yang tidak sesuai sehingga *news presenter* tidak nyaman mengenaikannya.

Hambatan Eksternal: Teleprompter, *Earphone* dan *microphone* yang tiba- tiba mati hal itu membuat *news presenter* harus membagi dua fokus antara naskah berita dan kamera, pendingin ruangan/ AC mati membuat *news presenter* gerah hingga tidak fokus, suara berisik *crew* di *control room*, pengarah acara yang tidak profesional, mengarahkan dengan bentakan, pandangan pengarah acara yang masih memiliki cara pandang lama, sedangkan *presenter* yang pemikirannya lebih *up to date*.

PENUTUP

Kesimpulan

1. *News presenter* memamknai strategi komunikasi yang dilakukan ketika bersiaran diantaranya adalah dengan melakukan persiapan, dalam hal penampilan, penguasaan materi berita, dan menjaga rasa percaya diri.
2. Hambatan- hambatan itu dapat diatasi dengan cara *beracting* seolah - olah tidak ada kendala yang terjadi, tidak panik dan tetap tampil tenang di hadapan pemirsa. *Beracting* saat bersiaran, dapat diterapkan untuk tetap menjaga konsentrasi, kefokuskan terutama menjaga penampilan dihadapan pemirsa.

Saran

Setiap Kegiatan Komunikasi yang dilakukan pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai dibalik kegiatan komunikasi tersebut. Tujuannya yaitu ingin apa yang disampaikan dimengerti. Untuk itu, strategi komunikasi menjadi suatu kunci yang sangat penting untuk mencapai tujuan dan mengatasi hambatan – hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi.

DAFTAR REFERENSI

- Baksin, Askurifai. (2006). *Jurnalistik Televisi : Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. (2008). *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Abed Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007) *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Idrus, Muhammad, (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Erlangga
- Moleong, J. Lexy. (2008). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muda, Deddy Iskandar. (2003). *Jurnalistik Televisi (Menjadi reportet Profesional)*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intransh Publishing
- Sumber Online :**
<https://kiatmandiri.wordpress.com/2012/10/04/menjadi-presenter-televisi-yang-baik/> BarayaTV, "Menjadi Presenter Televisi yang Baik" diakses pada tanggal 24 Desember 2018 pukul 22.32 WIB).
- Yuninda, Fitria. (2018). *Citra Diri Dalam Bingkai Media Televisi (Studi Fenomenologi pada News Presenter dan News Anchor di TV9 Nusantara)*