

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pembawa acara berita televisi merupakan salah satu profesi yang tak bisa dilepaskan dari industri media massa di Indonesia saat ini. Secara internasional, berdasarkan pengamatan penulis selaku peneliti yang berperan menjadi pemirsa televisi terdapat tiga kategori yang dapat dikatakan sebagai pembawa acara berita televisi, yakni *news reader* (pembaca berita), *news caster* (penyiar berita), dan *news anchor* (jangkar berita). Secara definisi pekerjaannya ketiga kategori tersebut memiliki peran dan tanggung jawab yang berbeda-beda sebagai pembawa acara berita. *News reader* merupakan pembawa acara berita televisi yang peranannya hanya membacakan berita dari teleprompter tanpa melakukan improvisasi atau memberikan komentar terkait berita yang dibacakannya. Selanjutnya *news caster* adalah pembawa acara berita televisi yang menyiarkan program berita sekaligus bekerja sebagai jurnalis yang ikut serta dalam peliputan berita atau produksi berita, yakni aktif ikut serta dalam membuat naskah berita yang akan dibacakannya. Sementara itu *news anchor* merupakan pembawa acara berita televisi yang adalah jurnalis televisi atau radio yang memberikan materi berita dan sering terlibat memberikan improvisasi sekaligus komentar dalam siaran langsung bahkan bertugas melakukan penulisan dan/atau penyuntingan berita bagi program mereka sendiri. Maka dapat dikatakan tugas yang dilakukan oleh *news reader* dan *news caster* masuk kedalam tugas seorang *news anchor*.

Berdasarkan tiga kategori pembawa acara berita televisi yang telah dipaparkan sebelumnya, *news anchor* merupakan sosok pembawa acara berita televisi yang kini tengah menjadi fenomena bagi masyarakat dunia termasuk Indonesia. Hal itu dikarenakan keberadaannya yang semakin diminati dan diperhitungkan sebagai salah satu profesi yang memberikan tantangan baru serta menjanjikan secara finansial. Istilah *news anchor* atau yang disebut juga dengan *anchor person*, *anchorman*, dan *anchorwoman* awalnya diperkenalkan oleh Don Hewitt yang merupakan produser televisi CBS News. CBS News yang merupakan stasiun berita Amerika Serikat ini pertama kali memakai *news anchor* pada 7 Juli 1952 untuk menjelaskan peran penyiar Walter Cronkite pada saat Konvensi Nasional Partai Demokrat dan Republik. Di Indonesia, *news anchor* mulai eksis sebagai sebuah profesi ketika munculnya beragam stasiun televisi swasta pada tahun 1990-an

dengan menampilkan pembawa berita media televisi yang tidak lagi tampak formal, tidak kaku, menunjukkan senyum hangat, dan memberi kontak mata yang intens kepada pemirsanya. Karakter seperti ini memang tidak familiar sebelumnya di masa Orde Baru pada kisaran tahun 1970-an ketika stasiun televisi swasta belum muncul dan hanya ada satu stasiun televisi yang didirikan oleh Pemerintah Republik Indonesia, yaitu TVRI (Televisi Republik Indonesia) yang menyajikan tayangan berita yang dibawakan oleh *news reader* dengan konsep serius.

Melihat profesi *news anchor* yang dipergunakan oleh beragam stasiun televisi swasta membuat TVRI tak mau ketinggalan. Hal tersebut dilakukan demi mengejar ketertinggalan arus persaingan industri media televisi di Indonesia yang kian dinamis dari tahun ke tahun.

Sejak tanggal 16 April 2003 TVRI resmi menjadi PT. TVRI yang artinya TVRI harus mampu bersaing dengan stasiun televisi swasta lain. Pada tanggal 18 April 2003 program acara “Berita Malam” TVRI pukul 21.00 WIB *news anchor* mulai dimunculkan sebagai *presenter* televisinya. Penampilan *news anchor* dari program acara yang berubah nama dari “Dunia Dalam Berita” menjadi “Berita Malam” ini tampaknya belum berubah. *News anchor* TVRI masih seperti yang dulu meskipun sudah berpuluh-puluh tahun meskipun adanya kemunculan sedikit wajah-wajah baru yang lebih muda dan menarik (Baksin, 2006:153).

Pemirsa televisi di Indonesia seringkali menyamakan profesi *news presenter* dengan *news anchor*. Alasannya keberadaan dua profesi tersebut yang tampil mempersembahkan berita yang mereka bawakan di layar kaca dengan gaya dan tampilan yang tidak kaku. Padahal kedua profesi ini memiliki perbedaan secara praktikal ketika menjalankan profesinya. Namun hal tersebut tidak terlalu diperhatikan oleh pemirsanya.

Menurut Simatupang dari School of Broadcast Media (dalam Ulung, 2011:28), profesi *news anchor* memiliki perbedaan dengan profesi *news presenter*. Jika *news presenter*, sesuai arti katanya hanya *presenting news script* yang sudah disiapkan serta hasil liputan tim reporter yang telah diedit oleh produsernya. Sedangkan untuk menjadi *news anchor*, materi penguasaannya lebih luas. Seorang *news anchor* harus memiliki kredibilitas yang tinggi. Hal ini dalam arti cara penyampaian dan kepercayaan audiens televisi terhadap berita yang disampaikan. Kepercayaan dan kredibilitas itu didapat bukan dari jam terbangnya sebagai reporter melainkan bagaimana dia dapat menjalin hubungan dengan narasumber. Semakin banyak pengalaman, kredibilitas *news anchor* semakin tinggi.

Menjalankan profesi sebagai seorang *news anchor* memang tidaklah mudah. Profesi *news anchor* perlu memiliki pengetahuan jurnalistik yang mumpuni. Alasannya ranah pekerjaan profesi ini berada dalam sistem pemberitaan media televisi yang dikelola oleh redaksi jurnalistik. Tanpa memiliki pengetahuan jurnalistik maka jangan harap

seorang *news anchor* dapat menguasai materi pemberitaan yang akan disampaikan dan pesan berita tersebut tersampaikan kepada pemirsanya secara faktual dan berimbang.

Seorang *news anchor* haruslah orang yang terlatih baik dalam menyelidiki maupun mengumpulkan bahan berita, mulai dari pengembangan informasi menuju ke arah fakta yang akhirnya akan menjadi sebuah laporan menarik untuk dapat diterima penontonnya. Dengan demikian seorang *news anchor* harus memiliki *sense of news* yang tinggi. Pengetahuan jurnalistiknya tidak separuh-separuh. Seorang *news anchor* juga harus mengetahui cara-cara menulis untuk medium televisi yang tentu saja dalam banyak hal memiliki perbedaan dengan media cetak (Muda, 2003:15).

Selain itu, berprofesi sebagai seorang *news anchor* juga perlu memperhatikan penampilan dan karakter di layar kaca agar pemirsanya betah menyaksikan program acara berita yang dibawakan. Tidak semua pemirsa menikmati program acara berita televisi disaat kian menjamurnya beragam jenis program acara hiburan seperti sinetron, *talkshow*, *reality show*, hingga komedi yang dikonsep sedemikian rupa oleh stasiun-stasiun televisi milik Pemerintah maupun swasta dengan pasar yang terus berkembang dalam industri media televisi di Indonesia.

Kedudukan *news anchor* di monitor juga mempengaruhi persepsi dan penerimaan penonton. *News anchor* yang tampak memiliki integritas dan *smart* (cerdas) mampu menghipnotis penonton untuk memlototi tayangan berita. Penampilan *news anchor* yang santai, bersahabat, dan komunikatif mampu mengajak penonton untuk lebih antusias mengikuti tayangan berita. Sebaliknya jika penampilannya terlalu formal sekali, kaku, dan kurang bersahabat serta tidak terlihat integritasnya maka bisa jadi penonton langsung memindahkan channel televisinya (Baksin, 2006:65).

Meskipun demikian, profesi yang memadukan intelektual dan penampilan ini terus dilirik serta diminati oleh masyarakat di Indonesia. Tak heran bila setiap tahunnya dibuka lowongan pekerjaan untuk berprofesi sebagai *news anchor* di beberapa stasiun televisi di Indonesia. Profesi ini memberikan tempat tersendiri di masyarakat.

Dewasa ini keberadaan *news anchor* sama menariknya dengan kalangan selebriti. Performa mereka memang cukup banyak menyedot perhatian khalayak yang berdampak pada 'posisi' mereka di mata masyarakat. Dampak positifnya mereka sering dipakai sebagai narasumber atau MC (*Master of Ceremony*) sehingga secara ekonomis pun taraf kehidupan mereka semakin meningkat (Baksin, 2006:58).

Dianggapnya *news anchor* layaknya selebriti dikarenakan sosoknya sengaja dijadikan sebagai figur media oleh stasiun televisi. Stasiun televisi biasanya memang membutuhkan figur media ini untuk mempromosikan produk siaran seperti program berita pagi hingga majalah berita televisi serta mempromosikan program lain disamping iklan. Begitu sosok figur media ini berhasil menjalankan tugasnya di stasiun televisi tersebut serta dikenal oleh pemirsanya maka muncul peluang sosok ini mendapatkan

tawaran untuk mempromosikan, menjadi narasumber, atau membawakan acara diluar pekerjaannya di stasiun televisi. Tak heran bila sosok figur media dapat berlanjut menjadi figur publik.

Berdasarkan pengamatan penulis sebagai pemirsa televisi, selain TVRI, enam stasiun televisi swasta yakni ANTV, Metro TV, NET., RCTI, SCTV, dan TV One konsisten memasang profesi *news anchor* sebagai pembawa program acara beritanya. Ketujuh stasiun televisi tersebut berhasil menciptakan citra bagi *news anchor* yang masih maupun sudah tidak lagi bertugas di masing-masing stasiun televisi itu sebagai figur media dan berlanjut menjadi figur publik. Mereka antara lain Sandrina Malakiano mantan *news anchor* ANTV, TVRI, dan Metro TV, Rosiana Silalahi mantan *news anchor* sekaligus mantan Pemimpin Redaksi program acara berita Liputan 6 SCTV, Jeremy Tetti yang merupakan mantan *news anchor* program acara berita Liputan 6 SCTV, Putra Nababan yang sebelumnya tampil sebagai *news anchor* di RCTI dan kini menjadi *news anchor* Metro TV, Chantal Della Conceta mantan *news anchor* program acara berita Seputar Indonesia RCTI, Tina Talisa mantan *news anchor* TV One, Najwa Shihab *news anchor* Metro TV, hingga Marissa Anita mantan *news anchor* Metro TV yang kini hijrah ke NET. TV. Seiring ketenaran yang mereka dapatkan sebagai figur publik, mereka merambah profesi sebagai MC, praktisi media, model, hingga *entertainer*.

Melihat kemungkinan adanya daya tarik selebriti yang dalam profesi pembawa acara berita televisi khususnya *news anchor* inilah yang menyebabkan stasiun televisi di Indonesia semakin gencar menampilkan profesi tersebut dalam program acara berita agar pemirsanya dapat menikmati tayangan berita yang dibawakan serta ditayangkan. Bahkan untuk meningkatkan minat pemirsa dalam menikmati program acara berita muncul strategi memasang sosok yang sudah dikenal sebagai figur publik menjadi pembawa acara berita televisi yang kemudian disandingkan dengan pembawa acara berita televisi wajah baru agar dapat menjadi figur media serta figur publik berikutnya. Strategi ini terlihat diterapkan oleh NET.

Sejak memulai siaran percobaan pada tanggal 18 Mei 2013 lalu sebagai stasiun televisi swasta berjaringan, NET. (singkatan dari *News and Entertainment Television*) yang didirikan oleh seorang praktisi media, Wishnutama, serius mengusung identitas stasiun televisinya dengan mengkombinasikan informasi berita dan hiburan yang mengedepankan fakta sebagai wujud dari revolusi media. *News anchor* NET. yang aktif

tampil di layar kaca sebut saja ada Marissa Anita dan Shahnaz Soehartono yang merupakan dua orang *news anchor* pindahan dari stasiun televisi swasta Metro TV sekaligus *entertainer* dan model. Ada pula Zivanna Letisha, Puteri Indonesia 2008 yang pernah menjadi *news anchor* di stasiun televisi swasta SCTV. Selanjutnya ada Ranggani Puspanya yang mulai memperkenalkan diri di industri media televisi di Indonesia sebagai *host* untuk salah satu program acara di Trans TV serta berperan sebagai peran pendukung di beberapa film nasional. Selanjutnya ada sosok seorang Caesar Gunawan yang awalnya berkarier sebagai seorang penyiar radio di stasiun radio Prambors. Hingga Adrian Maulana dan Ganindra Bimo yang memulai perjalanan kariernya sebagai model dan aktor serta sosok model sekaligus aktris berwajah oriental dengan salah satu film layar lebar yang melekat dengan perannya sebagai tokoh Ming dalam film “Berbagi Suami”, dialah Dominique Diyose. Tak lupa sosok-sosok lainnya yang mewarnai industri media massa di Indonesia sebagai pembawa acara berita televisi (*news anchor*) NET. perlu disebutkan seperti Vannico Soekarno mantan pembawa acara petualangan “Jelajah” di Trans 7 dan Rahma Landy yang merupakan peraih mahkota Puteri Indonesia 2005 dengan profesi-profesi lainnya yang sedang dijalankan olehnya saat ini yaitu sebagai model, bintang iklan, hingga dokter gigi.

Sebenarnya masih ada *news anchor* NET. lainnya yang layak untuk dibahas. Akan tetapi penulis memutuskan hanya membahas sepuluh orang *news anchor* NET. tadi untuk dijadikan informan penelitian terkait dengan profesi mereka yang mampu menjadikan mereka sebagai figur media sekaligus figur publik di NET.

Sebagaimana yang telah dijabarkan, pada penelitian ini penulis memilih NET. karena kemunculannya yang masih baru sebagai stasiun televisi swasta dalam persaingan industri media televisi di Indonesia. Selain itu, penulis memilih stasiun televisi swasta tersebut dikarenakan keberadaan para *news anchor* NET. yang dapat diteliti lebih jauh mengenai motif mereka secara alamiah, secara idealisme, dan nilai sosial dari menjalankan profesi pembawa acara berita televisi (*news anchor*) dalam industri media massa di Indonesia yang dapat diteliti lebih jauh.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Motif Profesi Pembawa Acara Berita Televisi (Studi Fenomenologi Pada Pembawa Acara Berita Televisi NET. Jakarta).”**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian yang disampaikan dalam latar belakang penelitian diatas, maka fokus penelitian ini untuk memahami esensi dari pengalaman masing-masing pelaku mengenai makna profesi pembawa acara berita televisi (*news anchor*) NET. terkait fenomena industri media massa di Indonesia. Maka dari itu penulis selaku peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1.) Bagaimana realitas dunia para *news anchor* terkait motif mereka menjalankan profesi pembawa acara berita televisi NET.?
- 2.) Bagaimana artikulasi motif para *news anchor* dalam menjalankan profesi pembawa acara berita televisi NET.?
- 3.) Bagaimana para *news anchor* memandang kegunaan dan nilai kehidupan yang didapatkan dari menjalankan profesi pembawa acara berita televisi NET.?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- 1.) Mendeskripsikan realitas dunia profesi pembawa acara berita televisi (*news anchor*) NET. dalam industri media massa di Indonesia sebagai salah satu profesi yang berada pada lingkup bidang Ilmu Komunikasi.
- 2.) Menjabarkan artikulasi motif para pembawa acara berita televisi (*news anchor*) NET. yang dapat menginspirasi lulusan-lulusan Ilmu Komunikasi dari perguruan tinggi untuk menjalankan profesi ini.
- 3.) Memaparkan nilai sosial dan kegunaan profesi pembawa acara berita (*news anchor*) NET. yang dapat menjadi pertimbangan bagi lulusan-lulusan Ilmu Komunikasi dari perguruan tinggi untuk memilih menjalankan profesi ini.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan ilmu bagi kegunaan pendekatan dan teori yang digunakan dalam penelitian ini sehingga dalam bidang Ilmu Komunikasi pendekatan dan teori yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat kegunaannya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian-penelitian di bidang Ilmu Komunikasi yang relevan selanjutnya, mampu dijadikan studi perbandingan, dan dapat mengaplikasikan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian mengenai fenomenologi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- 1.) Bagi penulis, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bagaimana para pembawa acara berita televisi (*news anchor*) NET. memandang profesi mereka saat ini.
- 2.) Bagi stasiun televisi swasta NET., hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi mengenai motif para pembawa acara berita televisi (*news anchor*) NET. dalam menjalankan profesi tersebut.

1.5 Tahapan Penelitian

Adapun tahapan-tahapan dalam penelitian fenomenologi adalah sebagai berikut (Kuswarno, 2009:58-68):

1.) Tahap Perencanaan

- (a.) Membuat daftar pertanyaan yang mendukung topik yang dipilih.
- (b.) Menjelaskan latar belakang penelitian secara langsung.
- (c.) Memilih informan yang mengalami langsung situasi, mampu menggambarkan fenomena yang dialami, serta bersedia terlibat dan diwawancarai dan memberikan persetujuan untuk dipublikasikan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

- (d.) Telaah dokumen yang menyangkut tinjauan integratif, tinjauan teori, tinjauan metodologi penelitian, dan tinjauan tematik.

2.) Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data, peneliti mengamati perilaku informan dan mewawancarai informan terkait dengan topik penelitian yang dilakukan.

3.) Tahap Analisis Data

Pada tahap analisis data, peneliti menganalisis data yang telah didapat dan menentukan teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

4.) Tahap Membuat Simpulan, Dampak, dan Manfaat Penelitian

- (a.) Membuat ringkasan dan ikhtisar dari keseluruhan penelitian.
- (b.) Menegaskan hasil penelitian dengan mengemukakan perbedaan dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya.
- (c.) Menjelaskan hasil penelitian dengan kemungkinan penelitian lanjutannya.
- (d.) Menghubungkan hasil penelitian dengan kegunaan penelitian.
- (e.) Menghubungkan hasil penelitian dengan profesi peneliti, dimana dalam penelitian yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri.
- (f.) Menghubungkan hasil penelitian dengan makna-makna dan relevansi sosial, yakni berkaitan dengan realitas yang ada dan sesuai dengan pengalaman individu.
- (g.) Menutup penjelasan dengan menawarkan tujuan dan arah penelitian selanjutnya.

Untuk memperjelas tahapan penelitian yang peneliti lakukan berdasarkan waktu dapat dilihat dalam tabel 1.5. Berikut adalah tahapan-tahapan kegiatan dalam penelitian:

Tabel 1.5

Tahapan Penelitian

No.	Tahapan Penelitian	Bulan				
		April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Tahap Perencanaan, Persiapan, dan Penyusunan Keseluruhan Bab I, Bab II, dan Bab III					
2.	Tahap Pengumpulan Data					
3.	Tahap Analisis Data dan Metode Penelitian					
4.	Tahap Membuat Simpulan, Dampak, dan Manfaat Penelitian					

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian di kantor PT. Netmediatama Indonesia (NET.) Jakarta yang beralamat di The East Building Jalan Dr. Ide Anak Agung Gede Agung, Mega Kuningan Kavling E32 Nomor 1, Jakarta Selatan.

1.6.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan selama 5 bulan yaitu pada bulan April sampai bulan Agustus 2014.