KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi Intrapersonal adalah komunikasi yang berlangsung didalam hati dan pikiran seseorang, dirinya menjadi seorang pengirim dan juga sekaligus penerima pesan. Komunikasi dengan diri sendiri dalam kondisi apapun itulah yang dinamakan komunikasi intrapersonal. Komunikasi seperti ini biasanya terjadi ketika seseorang sedang melakukan analisa dan penilaian terhadap orang lain.

Ketika seorang bawahan berbicara pada atasannya, pada saat itu didalam diri atasannya akan terjadi dialog tentang sikap bawahannya itu, tentang isi pembicaraan serta tingkah lakunya untuk kemudian ditentukan makna dari semua kejadian tersebut.

Menurut Ratna Sari Dewi (2013, diakses pada 9 Maret 2014), dikatakan seseorang dapat berkomunikasi pada dirinya sendiri menggunakan bahasa dengan apa yang ada dalam pikiran dan perasaannya tanpa ia beritahukan kepada orang lain, berbicara dengan dirinya sendiri, berdialog dengan dirinya sendiri, bertanya kepada dirinya sendiri, dan dijawab oleh dirinya sendiri. Dengan demikian, seseorang bisa menjadi pengirim pesan (komunikator) sekaligus penerima pesan (komunikan). Inilah yang disebut dengan komunikasi intrapersonal.

Seseorang seringkali melakukan komunikasi intrapersonal tanpa ia sadari. Ketika ia melamun, ia telah melakukan komunikasi intrapersonal. Seseorang melamun untuk mengkhayal dari impian menjadi sebuah kenyataan. Misalnya, melamun menjadi orang kaya. Tidak salah melamun dikatakan sebagai komunikasi

intrapersonal. Ilustrasi lain, saat menonton sinetron di televisi, para pemain sinetron yang berbicara sendiri ketika memainkan peran dalam tayangan sinetron tersebut. Aktor tersebut memerankan sesuai naskah dialog yang sudah diatur oleh sutradara. Ini artinya ia melakukan komunikasi intrapersonal.

Menurut pengamatan peneliti, sesorang dapat mengubah pola pikirnya saat melihat satu kejadian. Pikirannya akan berdialog dan mencari jawaban untuk sebuah kejadian yang dilihatnya. Dalam hal ini, seseorang yang mengalami suatu kejadian akan berbicara kepada dirinya sendiri sebuah persepsi yang ia yakini pada awalnya, kemudian ia mengemas perbincangan yang terjadi dalam pikirannya lalu menuangkannya dengan mengkomunikasikan pikirannya kepada orang lain. Misalnya ia akan bertanya apakah benar apa yang ada dipikirannya mengenai kejadian tersebut. Ketika ia mengetahui bahwa apa yang menjadi pemikiran atau persepsinya salah, maka seketika itu pula ia akan mengubah pikirannya dan membentuk suatu sudut pandang.

Pemaknaan lingkungan sekitar dapat terjadi setelah seseorang mengalami komunikasi intrapersonal. Perbicangan terhadap diri sendiri mampu memberikan beberapa perbedaan diantaranya adalah :

a. Sudut pandang

Sudut pandang adalah sebuah cara melihat suatu kejadian atau pengalaman yang dimiliki seseorang. Sebuah konsep diri yang tercipta berdasarkan sebuah penilaian akan sesuatu hal yang dijadikan pedoman oleh seseorang. Setiap orang memiliki sudut pandang yang berbeda-beda karena masing-masing orang memiliki pemikiran. Dalam hal ini, peneliti melihat adanya pengaruh dari status sosial atau kedudukan orang tersebut di dalam masyarakat, bagaimana peran orang tersebut dalam suatu lingkungan juga ikut menentukan sudut pandang yang dimilikinya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Persepsi

Setelah seseorang memiliki sudut pandang, maka akan muncul sebuah pendapat yang dinamakan persepsi. Dengan kata lain, persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi yang diterima oleh pemikiran seseorang yang kemudian dari melahirkan sebuah tanggapan orang tersebut. Menurut Hasminee Uma (2013, diakses pada 9 Maret 2014), persepsi pada dasarnya muncul dari dua faktor yaitu faktor internal yang terdiri dari fisiologis, perhatian, minat, kebutuhan yang searah, pengalaman, dan suasana hati.Sedangankan faktor yang lainnya adalah faktor internal yang terdiri dari ukuran obyek, penempatan obyek, warna obyek, keunikan stimulus, intensitas stimulus, kekuatan stimulus, dan yang terakhir adalah motion atau gerakan.

c. Respon

Menurut peneliti, respon adalah tingkah laku seseorang pada saat dirinya berada dalam suatu kondiri atau terlibat dalam sebuah peristiwa, dikatakan oleh Sandra Pratama (2011, diakses pada 10 Maret 2014), respon merupakan gerakan balasan terhadap rangsangan atau stimulus yang dialami orang tersebut. Respon terbagi dalam tiga pengertian, yaitu pengertian kognisi yang berdasar pada pengetahuan yang dimiliki seseorang, bagaimana cara memperoleh pemahaman mengenai dirinya dan lingkungannya. Setiap perilaku sadar yang dilakukan oleh seseorang akan didahului oleh proses kognisi yang memberi petunjuk terhadap perilaku dan sisi kemanusiaannya. Pengertian kedua adalah pengertian afeksi atau sikap. Sikap merupakan kecenderungan untuk bertindak, menjalankan, berfikir dan perasaan dalam menghadapi objek, ide, situasi dan nilai. Sikap timbul dari sebuah pengalaman, merupakan hasil belajar bukan hal yang dibawa dari lahir. Sikap mempunyai daya dorong atau motivasi dan bersifat evaluatif, yang artinya

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan. Pengertian yang ketiga atau yang terakhir adalah psikomotorik atau tindakan. Menurut peneliti, setelah seseorang mengalami sebuah peristiwa dan ia menyadari dirinya terlibat didalamnya maka ia akan mengakhirinya dengan sebuah tindakan. Tindakan tersebut dilakukan setelah mengalami proses pemahaman berdasarkan pengetahuan yang ia miliki juga penentuan sikap atas apa yang sedang dialaminya. Maka seseorang akan melakukan tindakan yang secara tidak sadar akan mengarah kepada kebutuhan yang ingin dicapai olehnya.

d. Pengambilan Keputusan (*Decision*)

Proses pengambilan keputusan harus melalui banyak hal. Selain melibatkan pengetahuan dan pengalaman, pengambilan keputusan yang dilakukan seseorang mengandung akibat-akibat sebagai dampak dari apa yang ia putuskan. Maka seseorang yang akan mengambil sebuah keputusan harus memahami apa masalah yang sedang dihadapinya. Menurut Herdino Ambargo (2013, diakses pada 10 Maret 2014), keputusan diambil dengan sengaja bukan kebetulan, dan tidak boleh dilakukan dengan sembarangan. Pengambilan keputusan itu adalah suatu cara yang digunakan untuk memberikan sebuah pendapat yang diyakini dapat menyelesaikan suatu masalah dengan cara dan teknik tertentu agar dapat lebih diterima oleh semua pihak. Masalahnya telebih dahulu harus diketahui, dimengerti, dan dirumuskan dengan jelas, sedangkan pemecahannya harus didasarkan pemilihan alternatif terbaik dari alternatif yang ada. Menurut George R. Terry, dasar-dasar pengambilan keputusan mencakup lima hal yaitu intuisi, pengalaman, fakta, wewenang, rasional.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

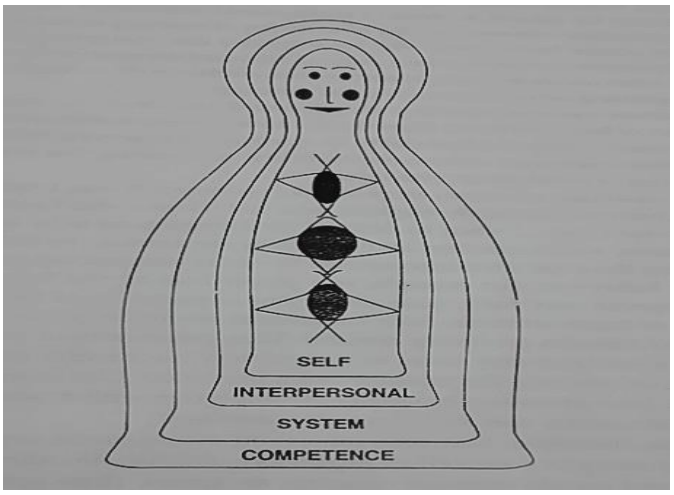
2. Model Boneka Matouschka

Komunikasi merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Tidak hanya dapat dilakukan oleh sekumpulan orang, bahkan komunikasi dapat terjadi di dalam diri sendiri dimanapun dan kapanpun. Komunikasi merupakan cara untuk menyampaikan informasi, gagasan, penjelasan, perasaan, dan sebagainya.

Tidak hanya sekedar asal berkomunikasi, diperlukan penataan dan pengawasan agar komunikasi dapat berjalan dengan baik. Maka sebuah komunikasi memerlukan manajemen untuk menyempurnakannya. Manajemen itu sendiri merupakan proses perencanaan, pengaturan, dan pengarahan.

Menurut Michael Kaye (1994:10-11) lahirnya subdisiplin manajemen komunikasi tidak terlepas dari adanya tuntutan untuk lebih mengenali ilmu komunikasi dalam dunia nyata. Manajemen komunikasi lahir karena adanya tuntutan untuk menjembatani antara teori komunikasi dan praktek komunikasi. Para teoritisi menghadapi keterbatasan dalam mengaplikasikan pengetahuan yang dimilikinya. Sementara para praktisi mengalami keterbatasan pada rujukan teori atau ilmu komunikasi. Dalam bukunya, Michael Kaye menganalogikan model komunikasi dengan Boneka Matouschka Russia.

Gambar 2.1 Model Boneka Matouschka



Terdapat empat lapisan pada boneka ini yang terdiri dari :

a. *Self*

Boneka terkecil yang terletak pada lapisan pertama ini menjelaskan tentang komponen intrapersonal dari model manajemen komunikasi. Mengenali dan memahami diri merupakan sebuah langkah menuju manajemen diri yang efektif. Kesadaran diri dan analisis diri akan membawa seseorang dapat mempengaruhi orang lain melalui isi pembicaraan dan tindakan orang tersebut. Dalam hal ini berarti seseorang melakukan komunikasi intrapersonal yang mencakup sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.

b. *Interpersonal*

Pada dasarnya manusia adalah makhluk komunikasi yang pada fitrahnya selalu melakukan aktivitas komunikasi dengan sesama. Unsur antarpribadi ini terfokus pada bagaimana diri sendiri berhubungan dengan orang lain, bagaimana individu tersebut berinteraksi dengan individu lainnya dalam melakukan proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk membangun pengertian atau makna. Boneka lapisan kedua ini juga menjelaskan bagaimana *self* mempengaruhi orang lain. Boneka antarpribadi ini mengarahkan seseorang untuk memberi perhatian lebih pada cara berkomunikasi yang dapat mempengaruhi setiap hal yang membawa perubahan pada diri sendiri atau orang lain yang berinteraksi dengan orang tersebut.

c. *People in system*

Dalam sebuah sistem atau organisasi, akan terdapat orang-orang yang bekerja dan bernaung pada sistem tersebut. Boneka lapisan ketiga ini memberikan penjelasan tentang bagaimana orang-orang yang tergabung didalamnya tersebut berhubungan satu dengan yang lainnya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hal penting dari boneka ini adalah ketika seseorang melakukan aktivitas komunikasi dipandang oleh model manajemen komunikasi untuk memberikan perhatian besar agar mengerti dan mengatur sebuah kebudayaan dari sistem manusia atau organisasi. Seseorang yang tergabung di dalam organisasi yang besar harus dapat mengerti orang-orang disekitarnya dan juga harus memahami budaya mereka. Serta harus mengerti bagaimana membuat sistem tersebut berfungsi dengan baik.

d. Competence

Boneka keempat membungkus semua boneka yang ukurannya lebih kecil yaitu kompetensi, hal ini menjadi penting untuk dimengerti bahwa kompetensi tidak hanya terlihat pada bagian luar saja. Ketika seseorang berhasil menguasai dirinya dan memahami dirinya dengan baik maka orang tersebut akan menunjukan kompetensinya ketika berinteraksi dengan orang lain baik didalam satu organisasi yang sama maupun organisasi lainnya di dalam ranah yang sama.

Seseorang akan mampu membangun, mengklarifikasi, dan mengkoordinasi pengertian dalam interaksi antarpribadi. Selain itu menurut boneka lapisan keempat ini, seseorang dapat dinyatakan kompeten ketika ia memperlihatkan kemampuan untuk mengubah sistem yang ia jalankan atau orang lain dalam sistem yang ada atau dimiliki.

3. Pengarah Acara

Dalam dunia pertelevisian, kita mengenal istilah *"behind the scene"* atau di balik layar, di belakang panggung, dan sebagainya. Di balik jalannya sebuah acara dalam produksi program televisi, tentu banyak melibatkan orang-orang yang berkompeten dalam bidang produksi yaitu pembawa acara, juru kamera, *floor*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

director, pengarah acara, dan lain-lain. Peranan paling penting dipengang oleh seorang pengarah acara, dimana seorang pengarah acara bertindak sebagai komandan untuk setiap anggota produksi dan memastikan sebuah acara dapat diproses dan ditayangkan dengan baik dan benar.

Pengarah acara memiliki tanggung jawab dalam hal ide, konsep, pemilihan tema, hingga properti yang akan di gunakan dalam produksi sebuah siaran acara. Pengarah acara memulai peranannya dari proses praproduksi yaitu melakukan pertemuan perencanaan dan mencatat hasil pertemuan tersebut, bekerjasama dengan produser dan mencatat naskah, pemilihan narasumber, merencanakan bentuk pengambilan gambar, mengarahkan dan melatih pergerakan kamera.

Narasumber yang hadir di studio merupakan pilihan seorang pengarah acara, tentu saja sesuai dengan konsep yang ia buat sendiri. Kemudian seorang pengarah acara akan memastikan orang-orang atau siapa-siapa saja yang akan dilibatkan dalam produksi acaranya. Pengarah acara dalam melaksanakan perannya berlaku sebagai pimpinan dan penuntun seluruh kerabat kerjanya, oleh sebab itu seorang pengarah acara biasanya bertindak secara konseptual.

Menurut Herbert Zettl (2010:7) *A person in charge of directing talent and technical operations. Is ultimately responsible for transforming a script into effective video and audio message. At small stations may often be the producer as well.* (Seseorang yang bertugas memberikan pengarahan kepada talent pemain atau pengisi acara dan pada masalah teknis operasional).

Pengarah acara secara langsung bertanggung jawab memindahkan secara efektif yang tertulis di dalam naskah dalam bentuk pesan-pesan *audiovisual*. Dalam skala stasiun TV, yang lebih kecil sering kali juga bertindak sebagai produser).

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dilihat dari segi artistik maupun segi produksi, pengarah acara adalah seseorang yang harus bisa mempertanggungjawabkan hasil karyanya. Karena itu seorang pengarah acara harus dapat mengontrol program acara, baik itu dari segi kamera, penataan cahaya studio, naskah, dan sebagainnya. Terutama jika program itu bersifat siaran langsung, seorang pengarah acara harus dengan sigap mengambil keputusan dalam mengantisipasi hal-hal yang terjadi diluar perencanaan.

4. Program Talkshow

Talk show adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Bintang tamu atau narasumber yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas. (Morissan 2008:222).

Biasanya *talkshow* akan menghadirkan bintang tamu atau narasumber untuk berbagi pengalaman. Mereka akan membahas seputar isu-isu terbaru dan menarik sesuai dengan program yang menaungi mereka. Acara *talkshow* ini biasanya diikuti dengan menerima telepon dari para pendengar atau penonton yang berada di rumah, mobil, ataupun ditempat lain.

Sebagai produk media, *talkshow* dapat menjadi sarana budaya yang berinteraksi dengan pemirsanya dalam produksi dan pertukaran makna. Sebagai sebuah proses dialog, *talkshow* akan memfokuskan perhatian seputar masalah efisiensi dan akurasi, pada aspek : kontrol pembawa acara, kondisi partisipan dan penonton.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Farlex (2005, diakses pada 11 Maret 2014) dalam The Free Dictionary : "*A television or radio show in which noted people, such us authorities in a particular field, participate in discussion or are interviewed and often answer question from viewers or listeners*."

(Sebuah acara televisi atau radio, yang mana orang terkemuka, seperti seorang ahli dalam bidang tertentu, berpartisipasi dalam diskusi atau diwawancarai dan kadangkala menjawab pertanyaan dari pemirsa atau pendengar).

Talkshow mempunyai tipikal penggunaan bahasa percakapan sederhana (*casual conversation*) dengan bahasa yang *universal* sehingga mudah dipahami oleh khalayak. Yang ditampilkan dalam *talkshow* itu biasanya pembicara-pembicara yang dianggap top sehingga mampu membangkitkan ketertarikan dan kepercayaan khalayak dalam menanggapi tontonan *talkshow* yang ditayangkan tersebut.

Menurut pengamatan peneliti, *talkshow* menuntut tanggung jawab besar seorang pengarah acara, jika program bersifat siaran langsung, maka pengarah acara akan bertanggung jawab dalam keberlangsungan perbincangan dan hal-hal yang berkaitan dengan tema perbincangan tersebut seperti *property*, segmen-segmen yang ditayangkan di sela-sela perbincangan, dan sebagainya. Satu hal yang menjadi fokus pengarah acara dalam acara *talkshow* yang disiarkan secara langsung ketepatan waktu tayang di layar televisi.

Ketepatan waktu menjadi salah satu fokus utama dalam *talkshow*. Hal-hal yang menjadi penghambat atau sesuatu yang terjadi diluar perencanaan tidak boleh diketahui oleh pemirsa. Disinilah pengarah acara dituntut untuk dapat melakukan komunikasi yang baik dengan seluruh anggota tim untuk dapat bekerja sama demi berlangsungnya acara tersebut.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

B. Penelitian Terdahulu

1. Peran dan Tugas Floor Director Pada Acara Music Live INBOX SCTV

Penelitian yang berjudul Peran dan Tugas Floor Director Pada Acara Music Live INBOX SCTV ini dilakukan oleh Dicky Aditya Putra. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yang artinya peneliti menerangkan atau memaparkan suatu situasi, kondisi beserta peristiwa berdasarkan fakta yang diperoleh selama di lapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menyusun Tugas Akhir ini adalah observasi, wawancara dan studi kepustakaan.

Peran Floor Director dalam proses produksi adalah wakil dari pengarah acara di dalam studio. Dimana *floor director* akan bertindak sebagai penghubung dalam menyampaikan pesan-pesan pengarah acara kepada kerabat kerja dan para artis pendukung dalam bentuk tanda-tanda saat akan dimulainya dan berakhirnya suatu acara. Bahkan untuk acara yang besar dapat bertindak sebagai asisten pengarah acara. Sebelum produksi dimulai, yaitu pada saat praproduksi, seorang *floor director* harus memahami *rundown* terlebih dahulu. Jika ada perubahan dalam *rundown*, maka sebagai pemimpin di lapangan, *floor director* harus segera mengkomunikasikannya dengan seluruh kru yang terlibat dalam produksi acara tersebut.

Kesimpulan dari observasi ini adalah peran *floor director* dalam acara INBOX SCTV memiliki peran yang sangat penting. *Floor Director* merupakan salah satu ujung tombak dari sebuah program acara. *Floor Director* harus bekerjasama dengan kru yang lain, sehingga dalam proses produksi program dapat terlaksana dengan baik dan segala hambatan dapat teratasi.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Peran Komunkasi Nonverbal Floor Director, Studi Peran Komunikasi Nonverbal Floor Director Tayangan Talkshow di Stasiun Televisi Trans7

Penelitian mengenai Floor Director, Studi Peran Komunikasi Nonverbal Floor Director Tayangan Talkshow di Stasiun Televisi Trans7 ini dilakukan oleh Christy Liona. Penelitian ini mengambil "Bukan Empat Mata" sebagai bahan penelitian. Peneliti menggunakan teori komunikasi verbal dan nonverbal yang didukung oleh metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis Miles & Huberman. Data primer yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara yang dilakukan dengan *floor director* tayangan "Bukan Empat Mata", observasi yang dilakukan peneliti, serta studi kepustakaan.

Dijelaskan dalam penelitian ini, bahwa seorang *floor director* mengandalkan gerakan tubuh untuk berkomunikasi dengan tim produksi "Bukan Empat Mata" pada saat acara tersebut berlangsung. Memberikan isyarat tanpa suara melalui kode-kode tangan dan ekspresi wajah, *floor director* menjadi perpanjangan tangan seorang produser dalam hal mengatur jalannya acara dilapangan hingga mengkoordinir penonton.

Hasil penelitian yang didapatkan adalah "Bukan Empat Mata" merupakan *varietyshow* yang memiliki format acara *talkshow*. Tayangan ini menggunakan multikamera yang berjumlah lima kamera, yaitu empat kamera pro dan satu kamera jimmy jip. Jumlah *crew* yang bertugas dalam tayangan tersebut sekitar lima belas orang ditambah lagi dengan *host*, bintang tamu, home band serta sejumlah penonton yang berada di studio tersebut, maka dari itu sangat diperlukan *floor director* yang bertugas untuk memantau arus dan alur studio saat berjalannya acara.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Peran Kameraman dalam Proses Penyampaian Berita Pada Program Berita di Global TV

Penelitian ini dilakukan oleh Valui Aditya yang bertujuan untuk mengetahui peran juru kamera dalam proses penyampaian berita pada Program Berita di Global TV. Penelitian ini juga kembali menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, sedangkan pemaparan dengan menggunakan metode deskriptif dilakukan dengan pengumpulan dan penyusunan data yang diperoleh melalui hasil wawancara dan dokumentasi tetapi meliputi analisis dan interpretasi data-data tersebut tanpa bermaksud membanding-bandingkan.

Juru kamera mempunyai peran yang sangat penting dalam media *audiovisual*. Karena dalam setiap berita, untuk bisa ditayangkan mengandung beberapa elemen yaitu informasi, suara (*audio*), video, dan gambar. Tanpa ada gambar (*visual*) yang mendukung suara (*audio*) dari informasi yang didapat maka sajian yang diberikan kurang mendapat respon dari audiensnya. Bagaimana suatu suara (*audio*), video, dan gambar dipadu dengan sebaik mungkin untuk bisa menyajikan suatu informasi yang lebih mengena untuk audiensnya. Untuk *audio* atau suara bisa dimanipulasi atau dimasukkan saat sudah masuk diruang editor oleh tim tetapi tidak untuk sebuah gambar peristiwa yang terjadi. Peristiwa yang terjadi tidak bisa diulang kembali maka dari itu gambar yang didapat oleh juru kamera haruslah sebaik mungkin bisa memberikan penuturan visual untuk berita yang akan disajikan.

Begitu pentingnya sebuah gambar membuat juru kamera bisa dikatakan menjadi ujung tombak dalam setiap peliputan. Maka setiap juru kamera harus selalu siap siaga dimanapun dia berada. Dan juru kamera harus selalu mengetahui 10 berita apa yang akan dia ambil gambarnya dengan berdiskusi dengan reporter dan *update*

berita terkini saat dikantor. Pada saat ada sebuah berita yang harus disiarkan secara cepat seorang kameraman harus bisa mengambil gambar secara *cut to cut* dan tertata agar editor tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mengedit gambar. Apalagi dengan maraknya stasiun televisi yang ada di Indonesia membuat persaingannya semakin ketat untuk menyampaikan berita terkini.

Disini juru kamera harus bisa bersaing untuk mendapat tempat yang strategis agar gambar yang dihasilkan terlihat jelas dan enak dilihat pada lokasi peliputan. Juru kamera harus bisa dan tangkas menggunakan alat yang digunakanya agar menghasilkan gambar yang terlihat cerah, fokus dan tidak goyang. Seorang juru kamera juga harus bisa menaruh objek yang akan ditampilkan dalam gambarnya dalam posisi yang enak dilihat atau bisa dikatakan dengan komposisinya sesuai.

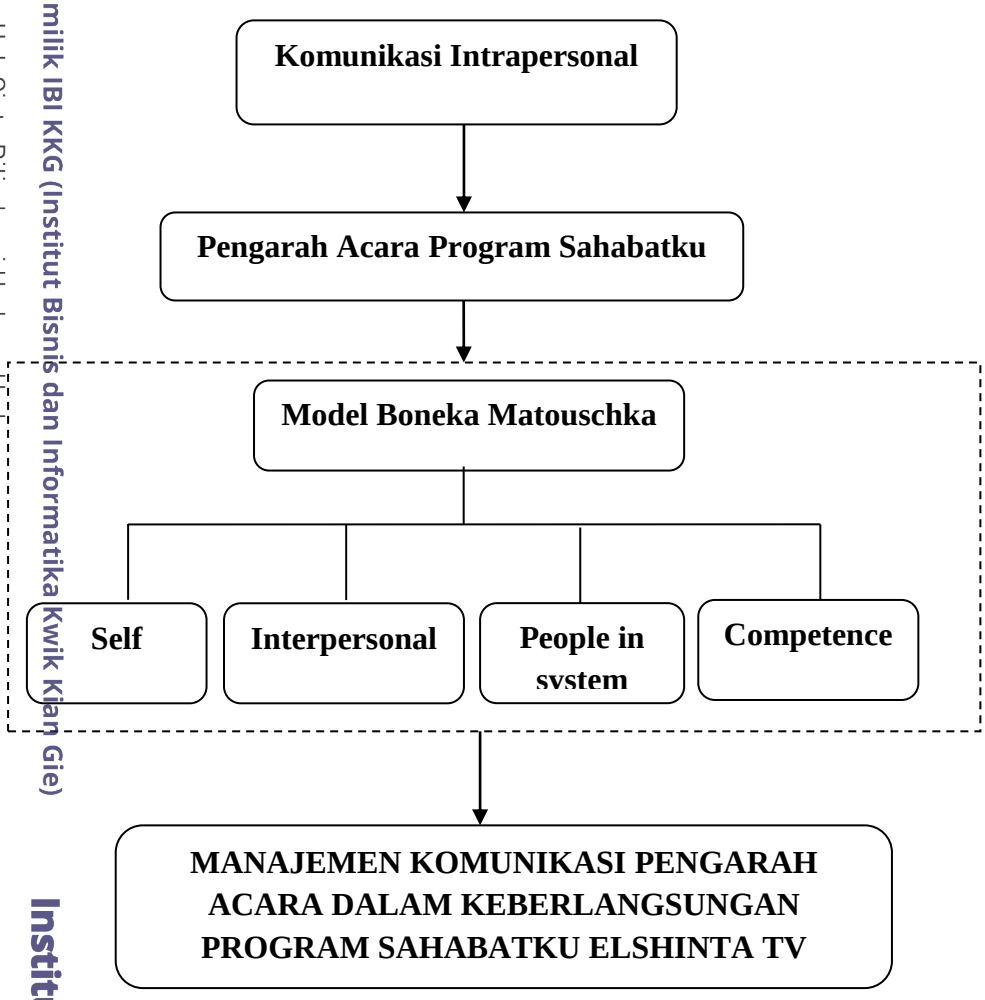
Dilihat dari beberapa contoh penelitian lain yang sejenis, peneliti menemui beberapa perbedaan seperti subjek yang diteliti, objek penelitian hingga teknik wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara mendalam kepada subjek yang terkait. Observasi tetap dilakukan guna membantu peneliti dalam menganalisis dan menyelesaikan penelitian ini.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

B. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran



KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Televisi dinilai sebagai media *audio visual* yang paling menarik dalam menyebarkan informasi dengan penyampaian yang dikemas secara lebih kreatif dan menyenangkan khalayak dibandingkan dengan media komunikasi lainnya, seperti media cetak dan radio. Karena itu televisi dalam kehidupan manusia dipandang mampu menghasilkan sebuah peradaban, khususnya komunikasi dan informasi yang bersifat massa.

Media televisi pada hakekatnya merupakan suatu sistem komunikasi yang menggunakan suatu rangkaian elektronik yang dipancarkan secara cepat, berurutan dan dengan diiringi unsur *audio*, atau informasi melalui suara. Televisi memiliki kelebian dibandingkan dengan media massa lainnya, kelebihan-kelebihan jenis informasi pasar, guna memenuhi kebutuhan produsen dan konsumen. Kelebihan-kelebihan itu adalah daya jangkau yang sangat luas dan sifatnya *audio visual*. Bahkan saat ini dengan adanya internet daya jangkaunya tidak hanya regional saja melainkan bisa lintas regional.

Semakin banyaknya televisi yang hadir di Indonesia, semakin banyak pula jenis ragam tayangan program yang disajikan. Setiap televisi menciptakan tayangan-tayangan yang menarik baik berupa informasi dalam bentuk berita, hiburan, acara musik, olahraga, dan lain sebagainya. Televisi sebagai media sarana hiburan ternyata dapat memberikan manfaat yang tidak terduga bagi pemirsanya. Program yang memiliki informasi tentang pendidikan, wawasan, ataupun mengenai kesehatan dapat membuat penontonnya menerima dan mengetahui sesuatu yang berada di lingkungan masyarakat.

Sahabatku Elshinta TV merupakan tayangan seputar dunia hewan peliharaan, kesehatannya, cara merawatnya. Ditayangkan oleh stasiun televisi Elshinta TV dengan tujuan memberikan informasi bagi para penontonnya. Dalam hal ini Elshinta

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

TV memberanikan diri untuk melibatkan seekor hewan peliharaan dalam setiap penayangannya. Dalam hal ini peran pengarah acara sangat penting demi menjaga kelangsungan acara. Seekor hewan tentu tidak mendapatkan naskah atau *rundown* acaranya, disinilah peran yang cukup berat bagi pengarah acara, untuk mengambil keputusan dalam rangka mengantisipasi "kenakalan" hewan tersebut. Biasanya pengarah acara akan menyisipkan suatu hal sewaktu-waktu seperti tayangan yang bersangkutan dengan tema acara pada waktu itu atau menayangkan iklan diluar *rundown* acara.

Elshinta TV memberikan pengetahuan yang terkadang kurang diperhatikan oleh masyarakat. Sahabatku Elshinta TV merupakan acara yang mendapat perhatian khusus dari khalayak, dapat dilihat dari banyaknya masukan dari para penonton ataupun minat penonton dalam melakukan telepon interaktif. Berbeda dari stasiun televisi lainnya ataupun program-program televisi lainnya, Sahabatku Elshinta Tv memberikan kesempatan bagi pemirsa setianya untuk melakukan perbincangan langsung dengan dokter spesialis yang menjadi narasumbernya. Kesuksesan Elshinta TV dalam menyuguhkan tontonan yang menarik seputar hewan ini tidak luput dari peran pengarah acara, bahkan tugas terberat dari seluruh rangkaian produksi program Sahabatku dibebankan kepada pengarah acaranya.

Berpengalaman dan memiliki jiwa yang besar dalam mengatur segala sesuatunya, pengarah acara membuat program Sahabatku menjadi menarik dan memberikan pengetahuan yang berbeda-beda tiap episodenya. Pengarah acara memanglah orang yang berperan di balik layar, namun itu malah menjadikan dirinya sangatlah penting dalam keberlangsungan program Sahabatku ini.

Seluruh keputusan yang terjadi di dalam proses praproduksi, produksi, dan pascaproduksi harus melalui pengarah acara. Pengarah acara harus terlebih dahulu

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

memahami dirinya sendiri serta bijak dalam memandang suatu objek yang dialaminya, kemudian ia harus menentukan sikap dengan cepat, serta mengambil tindakan dengan tepat. Proses produksi program sahabatku menuntut pengarah acaranya untuk bertindak dengan wewenang penuh di lapangan karena program ini dilakukan secara LIVE, sehingga hal-hal yang terjadi diluar konsep yang telah dibuat oleh produser dan dirinya harus diantisipasi dengan cepat sesuai dengan durasi tayangan. Itu sebabnya tayangan Sahabatku yang disiarkan secara langsung dapat berjalan baik hingga tayang dilayar televisi dan dapat dinikmati penoton.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.