

**TEKNIK KOMUNIKASI NAJWA SHIHAB DALAM ACARA MATA
NAJWA DI METRO TV**
(Deskriptif Kualitatif pada Bahasa Verbal dan Nonverbal yang Digunakan Najwa
Shihab)

(SKRIPSI)

Oleh

DEVI NOVITA SARI



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PERGURUAN TINGGI UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

ABSTRAK

TEKNIK KOMUNIKASI NAJWA SHIHAB DALAM ACARA MATA NAJWA DI METRO TV (Deskriptif Kualitatif pada Bahasa Verbal dan Nonverbal yang Digunakan Najwa Shihab)

Oleh
Devi Novita Sari

Mata Najwa merupakan acara talkshow yang tayang di stasiun televisi swasta yaitu Metro TV. Acara ini disajikan dalam bentuk wawancara. Dalam proses wawancara, teknik komunikasi pewawancara memiliki peran yang menentukan keberhasilan wawancara. Pentingnya teknik komunikasi dalam proses wawancara pada acara televisi yaitu untuk menggali informasi dan sebagai hiburan. Oleh karena itu perlu adanya teknik komunikasi yang baik selain agar tujuan wawancara tercapai juga mampu menghibur penonton. Teknik Komunikasi dalam wawancara televisi penting dilakukan untuk melihat cara berbicara dan teknik berbicara yang baik sebagai pewawancara saat melakukan wawancara terhadap narasumber.

Peneliti memilih program acara TV Mata Najwa di Metro TV, karena topiknya bisa menginspirasi dan menambah wawasan. Program acara Mata Najwa memiliki rating tinggi karena berdasarkan rating, program acara Mata Najwa lebih bermutu dibandingkan dengan program acara di televisi nasional dan swasta lainnya. Tidak ada unsur mementingkan kelompok, kepentingan perusahaan, ekonomi, dan sebagainya.

Peneliti memilih tiga episode yaitu Habibie & Suara Anak Negeri, Darah Muda, dan Mereka yang Perkasa. Dari ketiga episode tersebut memiliki karakter yang sama yaitu tidak terkait dengan konten politik melainkan terkait pendidikan, menambah pengetahuan, inspiratif, masalah sosial yang menyangkut kepentingan masyarakat luas dan tidak mementingkan kepentingan sekelompok orang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana teknik komunikasi dengan menyertai bahasa verbal dan nonverbal yang digunakan Najwa Shihab dalam wawancara pada acara Mata Najwa di Metro TV. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui teknik komunikasi dengan menyertai bahasa verbal dan nonverbal yang digunakan Najwa Shihab dalam wawancara pada acara Mata Najwa di Metro TV.

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yaitu untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Hasil dari penelitian ini Najwa Shihab dalam melakukan wawancara

menggunakan teknik komunikasi persuasif, namun teknik komunikasi yang lain seperti instruktif, informatif, dan hubungan manusiawi juga digunakan, tetapi yang paling dominan dipakai oleh Najwa Shihab adalah teknik komunikasi persuasif. Bahasa verbal yang sering Najwa Shihab ucapkan adalah selamat malam, apa kabar, silahkan duduk, terima kasih, dan terima kasih sudah hadir di Mata Najwa. Bahasa non verbal yang dilakukan Najwa Shihab yang berulang diantaranya menopang dagu, menyondongkan badan, dan menggerakkan tangan. Bahasa nonverbal yang tidak berulang dan dilakukan oleh Najwa adalah menganggukan kepala, tersenyum, berjabat tangan, mengerutkan dahi, menggerakkan badan, menggerakkan alis, menggerakkan mata, dan penampilan menarik yang tidak berlebihan.

Kesimpulan penelitian ini adalah Najwa Shihab Menggunakan teknik komunikasi persuasif dalam melakukan wawancara terhadap narasumber. Ditandai dengan bahasa verbal Najwa yang membujuk, mendorong narasumber agar mau menjawab pertanyaan yang sesuai dengan keinginan atau arahan Najwa, dan mengkondisikan narasumber pada posisi tidak bisa menolak atau menghindari pertanyaan yang diajukan oleh Najwa Shihab. Bahasa nonverbal yang sering digunakan Najwa yaitu menopang dagu, menyondongkan badan, dan menggerakkan tangan.

Kata Kunci: Teknik Komunikasi, Wawancara Televisi, Bahasa Verbal dan Bahasa Nonverbal

ABSTRACT

Communication Technique Najwa Shihab in the show of Mata Najwa On Metro TV (Qualitative Descriptive on Verbal and Nonverbal Language Used Najwa Shihab)

by

Devi Novita Sari

Mata Najwa is a talkshow on television stations namely Metro TV. This event is shown in the form of an interview. In an interview the interviewer communication techniques have a role to determine the success of the interview. The importance of communication techniques on television is to explore the information and as entertainment. Therefore there is a need for a good communication technique. For the purpose of the interview reached and able to entertain the audience. Communication techniques in television interview to see the technique speak good as the interviewer.

The topic of Mata Najwa Show can inspire and broaden. The event Program Mata Najwa rated high because program Mata Najwa more good quality compared with other program. There is concerned with the group, economic and so on.

Researchers chose three episodes is the Habibie & the voice of the Son of the land, the blood of the young, and they the mighty. From the three episodes have the same character is not related to but contains inspiring education, knowledge and social problems. The formulation of the problem in this research is how the communication technique with the language of verbal and nonverbal used Najwa Shihab in an interview on the event of the eye Najwa in Metro TV. The purpose of this research is to know the communication technique with the language of verbal and nonverbal used Najwa Shihab in an interview on the event of Mata Najwa Show in Metro TV.

This research method using descriptive qualitative. The results of this research Najwa Shihab using persuasive communication techniques, but the other communication techniques such as instructive, informative, and humane relationship also used. But that is often used by Najwa Shihab is persuasive communication techniques. The language of verbal Najwa persuaded, encourage speakers to answer the questions according to the desire of Najwa, and condition an expert on the position cannot be refused or refrain from the question Najwa Shihab. The language of non-verbal performed Najwa Shihab who repeatedly is underpinned the chins, leaned the body, and move the hand. Nonverbal language is not repeatedly is nod, smiling, handshake, frown forehead, move the body, move the eyebrows, move the eyes and attractive appearance.

The conclusion of this research is Najwa Shihab Using persuasive communication techniques. Marked with the language of verbal persuaded, encourage speakers to answer the questions according to the desire of Najwa, and condition an expert on the position cannot be refused or refrain from the question Najwa Shihab. Nonverbal language is often used Najwa namely sustain chins, leaned the body, and move the hand.

Keywords: communication technique, television interview, verbal language and nonverbal language

**TEKNIK KOMUNIKASI NAJWA SHIHAB DALAM ACARA MATA
NAJWA DI METRO TV**
(Deskriptif Kualitatif pada Bahasa Verbal dan Nonverbal yang Digunakan Najwa
Shihab)

Oleh

Devi Novita Sari

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

Judul Skripsi : **TEKNIK KOMUNIKASI NAJWA SHIHAB DALAM ACARA MATA NAJWA DI MTRO TV (Deskriptif Kualitatif pada Bahasa Verbal dan Nonverbal yang Digunakan Najwa Shihab)**

Nama Mahasiswa : **Devi Novita Sari**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1116031029**

Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.
NIP. 19781028 200112 2 001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dhanik S

Dhanik S, S.Sos., MComn&MediaSt.
NIP. 19760422 200012 2 001

MENGESAHKAN

1. **Tim Penguji**

Ketua

: **Hestini Oktiani, S.Sos., M.Si**

Penguji Utama : **Drs. Teguh Budi Rahardjo, M.Si.**

2. **Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

Dr. Syarifet Makhya, M.Si.

NIP. 19590803 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Oktober 2016



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Devi Novita Sari
NPM : 1116031029
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah : Bumi Jawa, Kec. Batanghari Nuban, Lampung Timur
No. HP/Telp.Rumah : 0857-8980-3708

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Teknik Komunikasi Najwa Shihab Dalam Acara Mata Najwa Di Metro TV (Deskriptif Kualitatif pada Bahasa Verbal dan Nonverbal yang Digunakan Najwa Shihab)”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk cabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 18 Oktober 2016

Yang membuat pernyataan,



Devi Novita Sari
NPM. 1116031029

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap Penulis Devi Novita Sari. Penulis dilahirkan di Dusun III, RT 008/003, Desa Bumi Jawa, Kecamatan Batanghari Nuban, Lampung Timur pada tanggal 22 November 1992, sebagai anak bungsu dari pasangan Bapak Boiman dan Ibu Siti Umayah.

Pendidikan formal yang pernah penulis tempuh adalah Sekolah Dasar (SD) Negeri 3 Bumi Jawa yang diselesaikan pada tahun 2005, Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 2 Purbolinggo pada tahun 2008. Sekolah Menengah Atas (SMA) Kartikatama Metro yang diselesaikan pada tahun 2011. Selanjutnya, pada tahun 2011 penulis terdaftar sebagai mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi melalui jalur SNPTN (Seleksi Nasional Perguruan Tinggi Negeri) Undangan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi, penulis terdaftar di HMJ Ilmu Komunikasi sebagai anggota bidang *Public Relation*. Penulis juga mengikuti Unit Kegiatan Mahasiswa yakni Pencak Silat Persaudaraan Setia Hati Terate (PSHT). Penulis melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada Agustus 2014 di Desa Rejo Mulyo, Kecamatan Abung Timur, Kabupaten Lampung Utara dan penulis juga melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Lampung selama bulan Februari-Maret 2015.

MOTTO

"Life is to be enjoyed, not endured."
(Gordon B. Hinckley)

"Kesakitan membuat anda berpikir. Pikiran membuat anda bijaksana.
Kebijaksanaan membuat kita bisa bertahan dalam hidup."
(John Pattrick)

"Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit
kembali setiap kali kita jatuh."
(Confusius)

PERSEMBAHAN

Dengan seluruh usaha, rahmat, petunjuk, kesehatan dan karunia Allah SWT, yang memberikan kekuatan penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Bapak & Ibu tercinta

Bapak Boiman dan Ibu Siti Umayah

beserta saudara-saudaraku tersayang

mas Siswanto, yuk Narni, mas Widodo, yuk Asmunah, yuk Herawati, mas Murdoko, mas Hadi Prayitno, dan mas Anton Setiawan

Almamater tercinta Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung

Keluarga besar Ilmu Komunikasi
khususnya angkatan 2011
Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur kepada Allah SWT karena karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul **“Teknik Komunikasi Najwa Shihab Dalam Acara Mata Najwa Di Metro TV (Deskriptif Kualitatif pada Bahasa Verbal dan Nonverbal yang Digunakan Najwa Shihab)”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Kepada bapak Boiman, mamak Siti Umayah, mas Siswanto, yuk Narni, mas Widodo, yuk Asmunah, yuk Herawati, mas Murdoko, mas Hadi, mas Anton, yang selamanya saya sayangi dan saya cintai, terima kasih atas doa, dukungan dan semangat penuh yang membuat saya bangkit dari semua rasa lelah dan putus asa yang sempat saya alami. Saya bisa seperti ini karena anda semua. Terima kasih banyak.
2. Mas ipar dan mbak iparku : Roger, mbak Evi, mbak Linda, mas Beni, mas Nyoto. Ponakanku sayang : Arumi, Sheniah, Dennis, Diah, Dovi, Izam, Sisil, Rayhan, terima kasih untuk membuat hari-hari saya lebih berwarna.

3. Bapak Dr. Syarief Makhya, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Ibu Dhanik S. S.Sos., MComn&MediaSt. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Ibu Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing dari penelitian saya yang selalu meluangkan waktu dan memberikan banyak masukan, saran serta bimbingan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Drs. Teguh Budi Raharjo, M.Si. selaku Dosen Penguji skripsi saya, terima kasih atas bimbingan, saran dan kritik untuk proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Drs. Sarwoko, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik selama di bangku perkuliahan, terima kasih atas saran dan bimbingannya.
8. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang berharga.
9. Seluruh staf administrasi FISIP UNILA yang telah bersedia membantu dan melayani saya dalam hal administrasi.
10. Teman-teman terdekat yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat : Iyay Nita, Dian, Wiwin, Widya Ningsih, Novi, Linda, Okta, Zee, Ani, Nita, Fitri, Venta, Anggi, Nisa, Fifah, dan untuk teman-teman satu bimbingan terima kasih atas berbagai saran, masukan dan dukungannya, teman-teman Ilmu Komunikasi 2011 (Komsebelas), juga tak lupa untuk teman-teman KKN Desa Rejo Mulyo.
11. Saudara satu Organisasi yang memberikan waktu kebersamaan menjadi sangat berarti dan tidak akan pernah saya lupakan : mas Rahmat, mas

Agung, mas Adit, mas Agus, mas Acong, mas Lingga, Sodiq, Lendra, Nandar, Hesti, Suci, Wisnu, Wahid, Linda, Rendy, Andi, Dini.

12. Pak Ngadino, Bu Ngadino dan teman-teman kosan : Yessy, Nurul, Riska, Ratna, Galuh, Fifi, Hilda, Novi, Desti, Susi, Riska. Terima kasih untuk dukungan dan semangatnya.

Seluruh pihak-pihak lain yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Akhir kata, saya berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, Oktober 2016
Penulis,

Devi Novita Sari

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| DAFTAR ISI | |
| DAFTAR TABEL | |
| DAFTAR GAMBAR | |
| DAFTAR BAGAN | |
| | |
| BAB 1 PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 9 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 11 |
| 2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi | 16 |
| 2.2.1 Proses Komunikasi | 16 |
| 2.2.2 Tinjauan Pesan dalam Proses Komunikasi | 18 |
| 2.2.2.1 Bahasa Verbal | 18 |
| A. Kata | 20 |
| B. Kalimat | 20 |
| 2.2.2.2 Bahasa Nonverbal | 21 |
| A. Bahasa Tubuh (<i>Kinesics</i>) | 23 |
| B. Gerakan Mata | 24 |
| C. Sentuhan | 26 |
| D. Paralanguage | 26 |
| E. Ekspresi Wajah | 28 |
| F. Penampilan Fisik | 29 |
| 2.3 Jurnalisme Investigasi Televisi | 29 |
| 2.3.1 Peraturan Komisi Penyiaran | 31 |
| 2.4 Pengertian Wawancara | 33 |
| 2.4.1 Tahap Pelaksanaan Wawancara | 33 |
| 2.4.2 Bagian-Bagian Proses Wawancara | 34 |
| 2.4.2.1 Pembukaan Wawancara | 34 |
| 2.4.2.2 Batang Tubuh Wawancara | 35 |
| A. Topik Wawancara | 36 |
| B. <i>Paraphrasing</i> | 36 |
| C. Empati Pewawancara | 37 |

| | |
|--|----|
| 2.4.2.3 Penutup Wawancara..... | 37 |
| 2.5 Proses Wawancara Televisi..... | 38 |
| 2.5.1 Pengertian Wawancara Televisi..... | 38 |
| 2.5.2 Tempat Wawancara Televisi..... | 40 |
| 2.5.3 Teknik Wawancara Televisi..... | 41 |
| 2.5.4 Jenis Wawancara Televisi..... | 42 |
| 2.6 Komunikasi Massa..... | 45 |
| 2.6.1 Fungsi Komunikasi Massa..... | 46 |
| 2.6.2 Elemen Komunikasi Massa..... | 49 |
| 2.7 Teknik Komunikasi..... | 51 |
| 2.7.1 Komunikasi Informatif..... | 51 |
| 2.7.2 Komunikasi Persuasif..... | 52 |
| 2.7.3 Komunikasi Instruktif..... | 53 |
| 2.7.4 Hubungan Manusiawi..... | 54 |
| 2.8 Landasan Teori..... | 55 |
| 2.8.1 Tinjauan Komunikasi Antarpribadi..... | 55 |
| 2.8.2 Ciri-Ciri Komunikasi Antarpribadi..... | 58 |
| 2.8.2. Proses Komunikasi Antarpribadi..... | 59 |
| 2.9 Kerangka Pikir..... | 63 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Pendekatan Penelitian..... | 67 |
| 3.2 Definisi Konsep..... | 68 |
| 3.3 Fokus Penelitian..... | 72 |
| 3.4 Sumber Data..... | 73 |
| 3.5 Prosedur Penelitian..... | 74 |
| 1. Teknik Pengumpulan Data..... | 74 |
| 2. Teknik Analisis Data Kualitatif..... | 76 |
| 3.6 Keabsahan Data..... | 78 |

BAB IV GAMBARAN UMUM

| | |
|---|----|
| 4.1 Sejarah Perkembangan Televisi..... | 81 |
| 4.1.1 Perkembangan Televisi di Indonesia..... | 81 |
| 4.1.2 Sejarah Metro TV..... | 83 |
| 4.1.3 Identitas Metro TV..... | 85 |
| 4.1.4 Visi dan Misi Metro TV..... | 85 |
| 4.1.5 Logo dan Arti Logo Metro TV..... | 86 |
| 4.2 Logo dan Waktu Tayang Mata Najwa..... | 87 |
| 4.4 Profil Najwa Shihab..... | 89 |
| 4.4 Deskripsi Episode Mata Najwa..... | 92 |
| 4.5.1 Darah Muda..... | 92 |
| 4.5.2 Mereka yang Perkasa..... | 93 |
| 4.5.3 Habibie dan Suara Anak Negeri..... | 95 |

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|----------------|----|
| 5.1 Hasil..... | 96 |
|----------------|----|

| | |
|--|-----|
| 5.1.1 Episode Darah Muda..... | 96 |
| 5.1.1.1 Pembukaan Wawancara | 96 |
| A. Verbal | 96 |
| B. Non Verbal | 98 |
| 5.1.1.2 Tubuh Wawancara | 100 |
| A. Verbal | 100 |
| B. Non Verbal | 101 |
| 5.1.1.3 Penutup Wawancara..... | 104 |
| A. Verbal | 104 |
| B. Non Verbal | 105 |
| 5.1.2 Episode Mereka yang Perkasa | 107 |
| 5.1.2.1 Pembukaan Wawancara | 107 |
| A. Verbal | 107 |
| B. Non Verbal | 108 |
| 5.1.2.2 Tubuh Wawancara | 111 |
| A. Verbal | 111 |
| B. Non Verbal | 112 |
| 5.1.2.3 Penutup Wawancara..... | 115 |
| A. Verbal | 115 |
| B. Non Verbal | 115 |
| 5.1.3 Episode Habibie dan Suara Anak Negeri..... | 118 |
| 5.1.3.1 Pembukaan Wawancara | 118 |
| A. Verbal | 118 |
| B. Non Verbal | 119 |
| 5.1.3.2 Tubuh Wawancara | 122 |
| A. Verbal | 122 |
| B. Non Verbal | 122 |
| 5.1.3.3 Penutup Wawancara..... | 125 |
| A. Verbal | 125 |
| B. Non Verbal | 125 |
| 5.2 Pembahasan Ketiga Episode | 135 |
| 5.2.1. Pembukaan Wawancara | 135 |
| 5.2.2 Tubuh Wawancara | 145 |
| 5.2.3 Penutup Wawancara..... | 161 |
| 5.2.4 Non Verbal | 169 |
| 5.2.4.1 Darah Muda..... | 169 |
| 5.2.4.2 Mereka yang Perkasa | 176 |
| 5.2.4.3 Habibie dan Suara Anak Negeri..... | 181 |

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|----------------------|-----|
| 6.1 Kesimpulan | 195 |
| 6.2 Saran..... | 196 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|----------------|
| 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu | 13 |
| 5.1 Non Verbal Pembukaan Wawancara | 98 |
| 5.2 Non Verbal Tubuh Wawancara | 102 |
| 5.3 Non Verbal Penutup Wawancara | 105 |
| 5.4 Non Verbal Pembukaan Wawancara | 109 |
| 5.5 Non Verbal Tubuh Wawancara | 113 |
| 5.6 Non Verbal Penutup Wawancara..... | 116 |
| 5.7 Non Verbal Pembukaan Wawancara | 120 |
| 5.8 Non Verbal Tubuh Wawancara | 123 |
| 5.9 Non Verbal Penutup Wawancara..... | 126 |
| 5.10 Rekapitulasi dari Hasil Penelitian..... | 128 |
| 5.11 Pembahasan Non Verbal Darah Muda | 169 |
| 5.12 Pembahasan Non Verbal Mereka yang Perkasa | 176 |
| 5.13 Pembahasan Non Verbal Habibie dan Suara Anak Negeri | 182 |
| 5.14 Bahasa Verbal Pada Pembuka & Penutup Wawancara | 189 |
| 5.15 Bahasa Verbal Pada Tubuh Wawancara..... | 190 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|--------------------------------|----------------|
| 4.1 Logo Metro TV | 87 |
| 4.2 Logo Mata Najwa | 88 |
| 4.3 Najwa Shihab | 89 |
| 5.1 Gerakan Kepala..... | 98 |
| 5.2 Gerakan Tangan | 98 |
| 5.3 Gerakan Badan | 99 |
| 5.4 Gerakan Mata | 99 |
| 5.5 Sentuhan..... | 99 |
| 5.6 <i>Paralanguage</i> | 99 |
| 5.7 Ekspresi Muka..... | 99 |
| 5.8 Penampilan | 100 |
| 5.9 Gerakan Tangan | 102 |
| 5.10 Kepala Menunduk | 102 |
| 5.11 Gerakan Tangan | 102 |
| 5.12 Gerakan Mata | 103 |
| 5.13 <i>Paralanguage</i> | 103 |
| 5.14 Ekspresi Muka..... | 103 |
| 5.15 Penampilan | 103 |
| 5.16 Gerakan Tubuh..... | 105 |
| 5.17 Gerakan Kepala..... | 106 |
| 5.18 Gerakan Tangan | 106 |
| 5.19 Gerakan Mata | 106 |
| 5.20 Gerakan Sentuhan | 102 |
| 5.21 <i>Paralanguage</i> | 106 |
| 5.22 Ekspresi Muka..... | 107 |
| 5.23 Penampilan | 107 |
| 5.24 Gerakan Tubuh..... | 109 |
| 5.25 Gerakan Tangan | 109 |
| 5.26 Gerakan Kepala..... | 109 |
| 5.27 Gerakan Mata | 110 |
| 5.28 Sentuhan..... | 110 |
| 5.29 <i>Paralanguage</i> | 110 |
| 5.30 Ekspresi Senyum | 110 |
| 5.31 Gerakan Alis..... | 110 |
| 5.32 Penampilan fisik..... | 111 |
| 5.33 Gerakan Tubuh | 115 |

| | | |
|------|---|-----|
| 5.34 | Gerakan Kepala..... | 115 |
| 5.35 | Gerakan Tangan | 115 |
| 5.36 | Gerakan Mata | 114 |
| 5.37 | <i>Paralanguage</i> | 114 |
| 5.38 | Ekspresi Muka..... | 114 |
| 5.39 | Penampilan Fisik..... | 114 |
| 5.40 | Gerakan Tubuh | 116 |
| 5.41 | Gerakan Kepala..... | 116 |
| 5.42 | Gerakan Tangan | 116 |
| 5.43 | Gerakan Mata | 117 |
| 5.44 | <i>Paralanguage</i> | 117 |
| 5.45 | Ekspresi Muka..... | 117 |
| 5.46 | Mengerutkan Dahi..... | 117 |
| 5.47 | Penampilan Fisik..... | 117 |
| 5.48 | Gerakan Tubuh..... | 120 |
| 5.49 | Gerakan Kepala..... | 120 |
| 5.50 | Gerakan Tangan | 120 |
| 5.51 | Gerakan Mata | 120 |
| 5.52 | <i>Paralanguage</i> | 121 |
| 5.53 | Ekspresi Muka..... | 121 |
| 5.54 | Penampilan Fisik..... | 121 |
| 5.55 | Sentuhan..... | 121 |
| 5.56 | Gerakan Tubuh..... | 123 |
| 5.57 | Gerakan Kepala..... | 123 |
| 5.58 | Gerakan Tangan | 124 |
| 5.59 | Gerakan Mata | 124 |
| 5.60 | <i>Paralanguage</i> | 124 |
| 5.61 | Ekspresi Muka..... | 124 |
| 5.62 | Penampilan Fisik..... | 124 |
| 5.63 | Gerakan Tubuh | 126 |
| 5.64 | Gerakan Kepala..... | 126 |
| 5.65 | Gerakan Tangan | 126 |
| 5.66 | Gerakan mata | 127 |
| 5.67 | <i>Paralanguage</i> | 127 |
| 5.68 | Ekspresi Muka..... | 127 |
| 5.69 | Penampilan Fisik..... | 127 |
| 5.70 | Sentuhan..... | 127 |
| 5.71 | Gerakan Kepala menunduk danBadan Condong Depan..... | 135 |
| 5.72 | Gerakan Kepala menunduk | 137 |
| 5.73 | Berdiri dan Memajukan Tangan..... | 138 |
| 5.74 | Ekpresi Muka Senyum | 139 |
| 5.75 | Gerakan Tangan | 139 |
| 5.76 | Gerakan Tangan dan Ekpresi Muka Senyum..... | 140 |
| 5.77 | Badan Condong Depan | 142 |
| 5.78 | Tangan Menopang Daggu | 143 |
| 5.79 | Senyum dan Badan Condong Depan..... | 144 |
| 5.80 | Badan Condong Depan | 145 |
| 5.81 | Mengerutkan Dahi | 146 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 5.82 | Gerakan Tangan dan Badan Condong Depan | 147 |
| 5.83 | Gerakan Tangan dan Badan Condong Depan | 149 |
| 5.84 | Mengangguk dan Badan Condong Depan..... | 150 |
| 5.85 | Badan Condong Depan | 151 |
| 5.86 | Badan Condong Depan | 152 |
| 5.87 | Badan Condong Depan dan Menopang Dagu | 152 |
| 5.88 | Gerakan Tangan dan Badan Condong Depan | 153 |
| 5.89 | Badan Condong Depan dan Tersenyum..... | 154 |
| 5.90 | Badan Condong Depan | 155 |
| 5.91 | Kerutan Dahi dan Badan Condong Depan | 156 |
| 5.92 | Gerakan Tangan dan Mengangguk | 157 |
| 5.93 | Gerakan Tangan dan Menopang Dagu..... | 158 |
| 5.94 | Badan Condong Depan dan Menopang Dagu | 159 |
| 5.95 | Menopang Dagu dan Gerakan Tangan..... | 160 |
| 5.96 | Gerakan Tangan dan Mengerutkan Dahi | 161 |
| 5.97 | Menganggukan Kepala dan Berjabat Tangan | 162 |
| 5.98 | Menggerakkan Tangan dan Kepala..... | 163 |
| 5.99 | Menganggukan Kepala dan Gerakan Tangan | 164 |
| 5.100 | Gerakan Tangan dan Senyum | 165 |
| 5.101 | Gerakan Tangan | 165 |
| 5.102 | Gerakan Tangan dan Badan Condong Depan | 166 |
| 5.103 | Gerakan Tangan dan Badan Condong Depan | 167 |
| 5.104 | Gerakan Tangan dan Badan Condong Depan | 168 |
| 5.105 | Menopang Dagu | 169 |
| 5.106 | Menopang Dagu | 169 |
| 5.107 | Menopang Dagu | 169 |
| 5.108 | Menopang Dagu | 170 |
| 5.109 | Menopang Dagu | 170 |
| 5.110 | Menopang Dagu | 170 |
| 5.111 | Menopang Dagu | 171 |
| 5.112 | Menopang Dagu | 171 |
| 5.113 | Menopang Dagu | 171 |
| 5.114 | Menopang Dagu | 171 |
| 5.115 | Menopang Dagu | 171 |
| 5.116 | Menopang Dagu | 171 |
| 5.117 | Menopang Dagu | 172 |
| 5.118 | Menopang Dagu | 172 |
| 5.119 | Menopang Dagu | 172 |
| 5.120 | Menopang Dagu | 172 |
| 5.121 | Menopang Dagu | 173 |
| 5.122 | Menopang Dagu | 173 |
| 5.123 | Menopang Dagu | 173 |
| 5.124 | Menopang Dagu | 173 |
| 5.125 | Menopang Dagu | 173 |
| 5.126 | Menopang Dagu | 174 |
| 5.127 | Menopang Dagu | 174 |
| 5.128 | Mencondongkan Badan..... | 174 |
| 5.129 | Mencondongkan Badan..... | 174 |

| | | |
|-------|---------------------------|-----|
| 5.130 | Mencondongkan Badan..... | 174 |
| 5.131 | Mencondongkan Badan..... | 175 |
| 5.132 | Gerakan Tangan | 175 |
| 5.133 | Gerakan Tangan | 175 |
| 5.134 | Gerakan Tangan | 175 |
| 5.135 | Gerakan Tangan | 175 |
| 5.136 | Gerakan Tangan | 176 |
| 5.137 | Menopang Daggu | 176 |
| 5.138 | Menopang Daggu | 177 |
| 5.139 | Menopang Daggu | 177 |
| 5.140 | Menopang Daggu | 177 |
| 5.141 | Menopang Daggu | 177 |
| 5.142 | Menopang Daggu | 178 |
| 5.143 | Menopang Daggu | 178 |
| 5.144 | Menopang Daggu | 178 |
| 5.145 | Menopang Daggu | 178 |
| 5.146 | Menopang Daggu | 178 |
| 5.147 | Menopang Daggu | 179 |
| 5.148 | Menopang Daggu | 179 |
| 5.149 | Menyondongkan Badan | 179 |
| 5.150 | Menyondongkan Badan | 179 |
| 5.151 | Menyondongkan Badan | 179 |
| 5.152 | Menyondongkan Badan | 179 |
| 5.153 | Menyondongkan Badan | 179 |
| 5.154 | Menyondongkan Badan | 180 |
| 5.155 | Menyondongkan Badan | 180 |
| 5.156 | Menyondongkan Badan | 180 |
| 5.157 | Menyondongkan Badan | 181 |
| 5.158 | Menyondongkan Badan | 181 |
| 5.159 | Menyondongkan Badan | 181 |
| 5.160 | Gerakan Tangan | 181 |
| 5.161 | Gerakan Tangan | 181 |
| 5.162 | Menopang Daggu | 182 |
| 5.163 | Menopang Daggu | 182 |
| 5.164 | Menopang Daggu | 182 |
| 5.165 | Menopang Daggu | 183 |
| 5.166 | Menopang Daggu | 183 |
| 5.167 | Menopang Daggu | 183 |
| 5.168 | Menopang Daggu | 183 |
| 5.169 | Menopang Daggu | 183 |
| 5.170 | Menopang Daggu | 184 |
| 5.171 | Menopang Daggu | 184 |
| 5.172 | Menopang Daggu | 184 |
| 5.173 | Menopang Daggu | 184 |
| 5.174 | Menopang Daggu | 184 |
| 5.175 | Menopang Daggu | 185 |
| 5.176 | Menopang Daggu | 185 |
| 5.177 | Menopang Daggu | 185 |

| | | |
|-------|---------------------------|-----|
| 5.178 | Menopang Daggu | 185 |
| 5.179 | Menopang Daggu | 185 |
| 5.180 | Menopang Daggu | 186 |
| 5.181 | Menopang Daggu | 186 |
| 5.182 | Menyondongkan Badan | 186 |
| 5.183 | Menyondongkan Badan | 186 |
| 5.184 | Menyondongkan Badan | 186 |
| 5.185 | Menyondongkan Badan | 187 |
| 5.186 | Menyondongkan Badan | 187 |
| 5.187 | Menyondongkan Badan | 187 |
| 5.188 | Menyondongkan Badan | 187 |
| 5.189 | Gerakan Tangan | 187 |

DAFTAR BAGAN

| Bagan | Halaman |
|---|----------------|
| 2.9 Bagan Kerangka Pikir Penelitian | 66 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang yang menerima pesan. Senada dengan hal ini bahwa komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin “*communis*”. *Communis* atau dalam bahasa Inggrisnya “*commun*” yang artinya sama. Apabila kita berkomunikasi (*to communicate*) ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan (Rohim, 2009: 8).

Melalui komunikasi orang dapat mempengaruhi dan merubah sikap orang lain, mengambil keputusan melanjutkan atau mengakhiri kehidupan sebagai anggota kelompok. Maka komunikasi merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam menjalin proses sosial kemasyarakatannya dengan lingkungan sosialnya. Artinya komunikasi tidak bisa kita tolak dalam situasi sosial apapun karena semua

perilaku, tidak hanya kata-kata menunjukkan komunikasi, bahkan tanpa berkata pun manusia sudah berkomunikasi.

Komunikasi dilakukan dengan sengaja oleh seseorang untuk menyampaikan pesan kepada orang lain demi memenuhi kebutuhannya, seperti membujuk atau menjelaskan sesuatu. Dengan demikian, pemahaman komunikasi sebagai proses satu arah tersebut mengabaikan komunikasi yang tidak disengaja atau tidak direncanakan, seperti mimik muka, nada suara, gerakan tubuh dan sebagainya yang dilakukan secara spontan. Jadi dapat disimpulkan konsep komunikasi sebagai proses satu arah memfokuskan pada penyampaian pesan secara efektif dan menjelaskan bahwa kegiatan komunikasi bersifat persuasif (Mulyana, 2002: 61). Dalam konteks ini, komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan, baik verbal maupun nonverbal secara aktif, dinamis dan timbal balik. Berkomunikasi atau berbicara juga harus dapat dipertanggungjawabkan disertai pemilihan kata dan nada bicara yang sesuai dengan tujuan, ruang, waktu, situasi, dan siapa lawan berbicara yang dihadapi.

Bahasa verbal adalah pernyataan lisan antar manusia lewat kata-kata dan simbol-simbol umum yang sudah disepakati antar individu, kelompok, bangsa, dan negara. Jadi komunikasi verbal dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang menggunakan kata-kata secara lisan dengan secara sadar dilakukan oleh manusia untuk berhubungan dengan manusia lain. Sedangkan bahasa nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata yaitu melalui ekspresi wajah, gerakan, isyarat, dan lain-lain (Marhaeni, 2009: 110).

Terkadang kita sering tidak sadar seberapa pentingkah berbicara dalam kehidupan kita. Banyak orang berbicara semauanya, tanpa memikirkan apa isi dari pembicaraan mereka. Sebenarnya berbicara mempunyai pengertian mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai tujuan tertentu misalnya memberikan informasi atau memberi inspiratif. Tapi sering kali kita mengalami kesulitan dalam mengungkapkan maksud dan isi pikiran kita kepada orang lain. Bahkan sering kali maksud yang kita sampaikan berbeda dengan apa yang ditangkap oleh pendengar. Oleh karena itu berbicara juga harus memiliki etika yang kita gunakan agar bisa diterima oleh masyarakat dan memberikan kesan yang baik.

Wawancara adalah salah satu tipe komunikasi interpersonal dimana dua orang terlibat dalam percakapan yang berupa tanya jawab. Keefektifan wawancara ditentukan oleh sejauhmana informasi yang ingin dikumpulkan telah tercapai. Oleh karena itu agar informasi-informasi penting yang diinginkan dapat diperoleh dari pihak terwawancara, maka seorang pewawancara perlu membuat semacam pedoman wawancara yang berisi butir-butir pertanyaan penting yang akan diajukan. Jadi fungsi pedoman wawancara adalah untuk mengontrol fokus materi wawancara itu sendiri. Keefektifan wawancara juga dipengaruhi oleh mutu jawaban dari pihak terwawancara. Dalam kaitan ini perlu didingat, bahwa mutu jawaban sangat tergantung pada apakah terwawancara dapat menangkap isi pertanyaan dengan tepat, serta bersedia menjawabnya dengan baik.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti memilih program acara TV Mata Najwa di Metro TV, karena topik yang dibawakan bisa menginspirasi dan menambah

wawasan. Mata Najwa menampilkan narasumber atau tokoh-tokoh yang memiliki pengaruh bagi Indonesia. Najwa Shihab bisa menempatkan diri saat mewawancarai narasumber dengan gaya serius, santun, jenaka namun tetap dengan konteks yang ingin dicapai pada acara tersebut. Oleh karena itu peneliti tertarik dengan topik ini untuk diteliti.

Metro TV dengan visinya yaitu menjadi sebuah stasiun televisi yang Indonesia berbeda dengan peringkat nomor satu untuk beritanya, menawarkan kualitas dan program hiburan gaya hidup. Memberikan kesempatan periklanan unik dan mencapai kesetiaan dengan pemirsa dan pengiklan, didasarkan pada visinya tersebut, Metro TV selalu memberikan program yang informatif dan mengedepankan kualitas dibandingkan kuantitas. Konsep Metro TV sebagai stasiun televisi berita pertama di Indonesia, mengharuskan setiap berita di Metro TV mengandung konten berita yang berkualitas dan informatif bagi target pemirsa (<http://thesis.binus.ac.id>. Kartika Tri Utami, Indra Prawira, S.P, M.I.Kom diakses 07 Agustus 2015). Dari sekian banyak stasiun televisi baik stasiun TV Nasional maupun TV Swasta, peneliti tertarik dengan Metro TV yang termasuk TV Swasta, karena program acara di Metro TV menampilkan informasi-informasi yang penting seperti berita, *talkshow* yang bisa menginspirasi, hiburan yang ditampilkan secukupnya, dan sebagainya. Program acara Metro TV lebih fokus ke berita, edukatif, dan memberi informasi yang penting, itu berbeda dengan stasiun televisi lainnya yang hanya menampilkan acara-acara yang tidak bermanfaat bagi masyarakat luas.

Mata Najwa merupakan salah satu program *talkshow* unggulan Metro TV yang dimana program ini menyajikan berita dalam sebuah kemasan *talkshow* yang hangat dan eksklusif di pandu oleh jurnalis senior (<http://www.matanajwa.com> diakses 21 September 2015). Peneliti memilih Mata Najwa pada program acara di Metro TV karena Mata Najwa adalah salah satu acara yang merupakan acara unggulan di Metro TV. Peneliti bisa mengamati bagaimana bahasa verbal dan nonverbal yang digunakan oleh pembawa acara yaitu Najwa Shihab, seperti halnya acara-acara *talkshow* yang lainnya.

Karena *talkshow* ini masih berkaitan dengan kegiatan jurnalistik yaitu pembawa acaranya adalah Najwa Shihab, yang melakukan proses wawancara dengan narasumber agar memperoleh informasi-informasi berkaitan dengan apa yang dipertanyakan oleh pembawa acara tersebut. Najwa Shihab tidak hanya sebagai pembawa acara dan penanggungjawab yang memiliki ciri khas dalam beretorika atau berbicara, baik verbal maupun non verbal. Seperti ekspresi wajah, nada suara, dan sebagainya. Penelitian ini hanya akan menganalisis dan membatasi pada level tekstual yang mencakup bahasa verbal dan nonverbal yang dapat dilihat melalui rekaman video. Peneliti tidak sampai meneliti ideologi, kebijakan media, kepentingan ekonomi dan politik dibalik konstruksi bahasa yang digunakan. Data hanya dapat diambil dari rekaman video. Ideologi, kebijakan media, kepentingan ekonomi dan politik dibalik konstruksi teks yang ada itu tidak menjadi ranah dalam penelitian ini.

Mata Najwa menampilkan episode yang sebagian besar mengandung unsur-unsur politik dan kelompok, namun peneliti hanya memilih tiga episode yang tidak

terkait dengan unsur politik maupun kepentingan kelompok, yaitu Habibie & Suara Anak Negeri, Darah Muda, dan Mereka yang Perkasa. Dari ketiga episode tersebut memiliki karakter yang sama yaitu tidak terkait dengan konten politik melainkan menyangkut pendidikan, menambah pengetahuan, inspiratif, masalah sosial yang menyangkut kepentingan masyarakat luas dan tidak mementingkan kepentingan sekelompok orang. Karena peneliti melihat dalam konten politik itu menghawatirkan pemilihan narasumber dari arah wawancara ada kepentingan-kepentingan yang mengandung unsur-unsur politik. Sehingga penelitian ini memilih tema yang sifatnya lebih netral dan tujuan dari wawancara tersebut hanya untuk menggali informasi.

Mata Najwa, yang tayang perdana pada tanggal 25 November 2009, ditayangkan setiap hari Rabu pukul 21.30 WIB yang sekarang berubah jam tayang menjadi pukul 20.05 WIB hingga 21.30 WIB (<http://www.matanajwa.com> diakses 21 September 2015). Salah satu program acara televisi yang ada di Metro TV adalah Mata Najwa, yang tidak hanya membahas tentang politik namun juga isu terkini yang edukatif dan inspiratif dengan narasumber terpercaya dan tokoh-tokoh penting. Mata Najwa merupakan program acara televisi mingguan dari Metro TV dengan Najwa Shihab yang bertanggungjawab untuk mengatur, memproduksi, dan membawakan acaranya tersebut.

Untuk memperluas target pemirsa ke ranah penonton muda, Mata Najwa tidak hanya melakukan kegiatan *on air*, kegiatan *off air* juga disajikan yaitu dengan mendatangi beberapa kampus di Indonesia, biasa disebut dengan Mata Najwa *on stage* (<http://thesis.binus.ac.id>. Kartika Tri Utami, Indra Prawira, S.P, M.I.Kom

diakses 07 Agustus 2015). Mata Najwa berusaha untuk terus menghadirkan sesuatu yang berbeda dan menarik bagi pemirsanya yaitu disajikan secara *on air* yang tujuannya untuk meningkatkan kualitas program, tetap menghadirkan narasumber penting yang dilengkapi dengan tata panggung megah di studio Mata Najwa dan dihadiri langsung oleh ratusan penonton.

Program-program televisi lokal yang berkualitas berdasarkan urutan 10 besar Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pada bulan Maret-April 2015 yaitu : 1. *Kick Andi*, 2. *Mata Najwa*, 3. *Indonesia Lawyers Club (ILC)*, 4. *My Trip My Adventure*, 5. *On The Spot*, 6. *Hitam Putih*, 7. *Laptop Si Unyil*, 8. *Mario Teguh*, 9. *Liputan 6*, 10. *Ini Talk Show*. Total pemilih 10 program paling berkualitas versi KPI adalah 2053, sedangkan untuk program *Kick Andi*, *Mata Najwa*, dan *Indonesia Lawyers Club* yang masuk kategori *talk show* mencapai 979 atau 47%. Pemilih *Variety Show* (*Hitam Putih*, *Mario Teguh*, *Ini Talk Show*) mencapai 20%. Pemilih Dokumenter (*My Trip My Adventure*, *On The Spot*, *Laptop Si Unyil*) mencapai 24%. Hasil ini menyiratkan bahwa terjadi *link* dan *match* antara responden yang disurvei dimana berasal dari kalangan berpendidikan dan tokoh-tokoh daerah dengan program favorit yang mereka perlukan (www.kompasiana.com/ipe/kpi-rating-kualitas-programtv55a22318f49273000597b483 diakses 13 Agustus 2015).

Dilihat dari perolehan program terbaik dan terbanyak, Metro TV lebih mendominasi diantara stasiun televisi yang lain. Sepertinya pilihan *talkshow* sebagai program yang diandalkan khususnya Mata Najwa. Peneliti mengaitkan pada rating tersebut ada *link* dan *match* antara kelayakan acara dengan penonton

atau masyarakat karena acara Mata Najwa ini merupakan karya jurnalistik yang dimana menurut rating tersebut tidak ada unsur mementingkan kelompok, kepentingan perusahaan, ekonomi dan sebagainya. Rating tersebut menunjukkan seberapa besar penonton atau masyarakat dalam menonton acara Mata Najwa.

Mata Najwa berhasil meraih sejumlah penghargaan didalam maupun luar negeri. Pada tahun 2010, episode separuh jiwaku pergi terpilih menjadi salah satu nominasi dalam ajang penghargaan *The 15th Asian Television Awards* kategori *Best Current Affair Program*. Sedangkan pada tahun 2011 Mata Najwa meraih penghargaan *Dompot Dhuafa Award* sebagai *talkshow* terinspirasi. Mata Najwa juga terpilih menjadi salah satu nominasi KPI Award kategori *Talkshow Terbaik* pada tahun yang sama. Selama tiga tahun berturut-turut yaitu mulai tahun 2010 hingga 2012, Mata Najwa berhasil terpilih sebagai *Brand* yang paling direkomendasikan oleh Majalah *SWA*. Pada tahun 2011, Mata Najwa juga mendapat penghargaan *The Word of Mouth Marketing Award*. Memasuki usia tahun ke 4, program acara Mata Najwa yang tayang di Metro Tv akhirnya berhasil memenangkan piala KPI Award sebagai *Program Talkshow Terbaik* (<http://hiburan.metrotvnews.com/read/2015/06/22/139232/kata-najwa-shihab-atas-terpilihnya-3-program-metrotv-sebagai-acara-berkualitas-oleh-kpi.html> diakses 20 November 2015).

Dengan rating program acara dan penghargaan yang diperoleh Mata Najwa, membuat peneliti tertarik untuk meneliti Mata Najwa yang disiarkan secara *on air* dan *off air*. Menurut rating dan penghargaan tersebut bahwa penelitian ini penting untuk diteliti. Berdasarkan fakta-fakta tersebut, menjadikan program acara Mata

Najwa penting atau lebih bermutu dibandingkan dengan program acara di televisi nasional dan swasta lainnya. Oleh karena itu acara Mata Najwa ini, masyarakat luas bisa mengetahui, mendapatkan pengalaman atau menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bahasa verbal dan nonverbal Najwa Shihab yang melakukan kegiatan jurnalistik yaitu dengan mewawancarai narasumber secara *on air* maupun *off air* melalui stasiun televisi dan juga dibatasi oleh etika massa dan etika jurnalistik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan, maka masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut “bagaimana teknik komunikasi dengan menyertai bahasa verbal dan nonverbal yang digunakan Najwa Shihab dalam wawancara pada acara Mata Najwa di Metro TV?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui teknik komunikasi dengan menyertai bahasa verbal dan nonverbal yang digunakan Najwa Shihab dalam wawancara pada acara Mata Najwa di Metro TV.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperkaya bahan referensi, bahan penelitian, serta sumber bacaan di lingkungan FISIP Universitas Lampung.

- b) Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai bidang teknik komunikasi di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.

- c) Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah pengetahuan penulis dan masyarakat luas mengenai teknik komunikasi yang dilakukan oleh Najwa Shihab pada acara Mata Najwa yang melakukan kegiatan jurnalistik yaitu dengan mewawancarai narasumber secara *on air* melalui stasiun televisi dan juga dibatasi oleh etika massa dan etika jurnalistik.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan atau acuan agar mempermudah peneliti dalam menyusun penelitian yang peneliti lakukan. Dalam melakukan sebuah penelitian maka ada baiknya untuk mengetahui penelitian-penelitian terdahulu yang sejenis atau memiliki relevansi untuk bisa menemukan dan mengisi celah yang kosong dari penelitian-penelitian terdahulu dan untuk melihat penggunaan teori dan metode yang dipakai dari penelitian-penelitian sebelumnya. Berikut beberapa penelitian terdahulu.

Pertama, Penelitian tentang Analisis Retorika Andy Flores Noya dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Motivasi pada Acara Kick Andy. Oleh Nurlia Agustin mahasiswa Universitas Lampung. Skripsi program sarjana prodi Ilmu Komunikasi pada tahun 2011. Fokus penelitian ini adalah menganalisis cara retorika Andy Noya dalam menyampaikan pesan-pesan motivasi baik verbal maupun nonverbal pada acara Kick Andy dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan ditinjau menggunakan teori analisis wacana model Teun Van Dijk yang memfokuskan pada struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Hasil dari penelitian Nurlia Agustin ialah Andy Noya dapat beretorika sehingga dapat memberikan pesan-pesan motivasi pada acara Kick Andy serta mampu

menginspirasi masyarakat atau penonton yang menonton tayangan tersebut. Dalam setiap tayangan tersebut, Andy Noya dalam bahasa nonverbal seperti ekspresi, penekanan suara dan mimik wajah begitu memperhatikan membuat narasumber semangat dalam menceritakan kisahnya. Andy Noya berusaha menunjukkan bahwa kisah yang diangkat itu dapat menginspirasi masyarakat dengan pertanyaan-pertanyaan yang memotivasi kehidupan bagi mereka yang menonton acara Kick Andy.

Kedua, jurnal penelitian oleh Widya P. Pontoh (2013) yang berjudul Peranan Komunikasi Interpersonal Guru dalam Meningkatkan Pengetahuan Anak Studi pada Guru-guru di TK *Santa Lucia Tuminting*. Metode pendekatan kualitatif dan dalam penelitian yang dilakukan oleh Widya menggunakan Teori Interaksi Simbolik. Sumber data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumen serta teknik analisis data deskriptif dengan presentase. Hasil penelitian ini adalah (1) peranan komunikasi interpersonal guru dalam meningkatkan pengetahuan disimpulkan cukup baik dan pesan yang disampaikan guru terhadap anak mengandung motivasi. (2) bahasa yang digunakan oleh guru sudah sangat tepat dalam berkomunikasi dengan anak didiknya. (3) komunikasi nonverbal yang dilakukan guru dalam berinteraksi dengan muridnya adalah dengan menggunakan gerakan, objek tambahan, isyarat, raut, dan ekspresi wajah, simbol serta intonasi suara yang bervariasi.

Ketiga, penelitian oleh Pratama Dio Ananto Universitas Lampung. Berjudul Peranan Komunikasi Anatarpribadi Volunteer Rumah Baca Ama Nadia dalam Meningkatkan Minat Baca Anak Didik (Studi pada Rumah Baca Asma Nadia

Lampung), tahun 2014. Teori yang digunakan sudut pandang humanistik yakni keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah adanya peningkatan intensitas kehadiran yang berguna meningkatkan minat baca anak didik yang sebelumnya pada bulan November rata-rata yang hadir sebanyak 16 orang dan jumlah buku yang dipinjam 10 dan pada bulan Januari meningkat rata-rata yang hadir 25 orang dan jumlah buku yang dipinjam rata-rata sebanyak 15.

Keempat, penelitian yang berjudul Penerapan Teknik Komunikasi oleh *Debt Collector* dalam Menagih Pembayaran Kredit Bermasalah (Studi pada bagian *Debt Collector* di Adira Finance Cabang Kota Malang) oleh Herwin Andhika T. tahun 2013 Universitas Brawijaya Malang. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi koersif. Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah penerapan teknik komunikasi koersif yang dilakukan *Debt collector* Adira Finance mengenai kewajiban yang dibebankan pada nasabah terkesan kasar, namun dengan cara tersebut terbukti berhasil. Kemampuan *Debt Collector* dalam menangani nasabah bermasalah sebagai suatu proses untuk mempengaruhi sikap, perilaku, dan pendapat nasabah yang bermasalah. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

| | | |
|---|----------|---|
| 1 | Tinjauan | Nurlia Agustin mahasiswa Universitas Lampung. Program sarjana prodi Ilmu Komunikasi tahun 2011 |
| | Judul | Analisis retorika Andy Flores Noya dalam menyampaikan pesan-pesan motivasi pada acara Kick Andy |

| | | |
|---|-----------------------|--|
| | Teori | Analisis wacana model Teun Van Dijk |
| | Metode | Kualitatif |
| | Hasil | Andy Noya dapat beretorika sehingga dapat memberikan pesan-pesan motivasi pada acara Kick Andy serta mampu menginspirasi masyarakat atau penonton yang menonton tayangan tersebut. Dalam setiap tayangan tersebut, Andy Noya dalam bahasa nonverbal seperti ekspresi, penekanan suara dan mimik wajah begitu memperhatikan membuat narasumber semangat dalam menceritakan kisahnya. Andy Noya berusaha menunjukkan bahwa kisah yang diangkat itu dapat menginspirasi masyarakat dengan pertanyaan-pertanyaan yang memotivasi kehidupan bagi mereka yang menonton acara Kick Andy |
| | Kontribusi Penelitian | Penelitian ini memberikan informasi kepada pembaca mengenai retorika Andy Noya menggunakan retorika verbal ataupun nonverbal didalam acara Kick Andy dan didalam acara tersebut banyak terdapat pesan-pesan motivasi kepada penonton |
| | Perbedaan | Penelitian yang peneliti lakukan menganalisis bahasa verbal dan nonverbal Najwa Shihab pada saat melakukan wawancara terhadap narasumber dan menggunakan teori dalil-dalil komunikasi antarpribadi. Sedangkan penelitian Nurlia menganalisis retorika Andi Noya yang memiliki pesan motivasi dan menggunakan teori analisis wacana Van Dijk. |
| 2 | Tinjauan | Widya P. Pontoh, tahun 2013 Journal Acta Diurna |
| | Judul | Peranan Komunikasi Interpersonal Guru Dalam Meningkatkan Pengetahuan Anak Studi pada Guru-guru di TK <i>Santa Lucia Tuminting</i> |
| | Teori | Teori Interaksi Simbolik |
| | Metode | Kualitatif |
| | Hasil | (1) peranan komunikasi interpersonal guru dalam meningkatkan pengetahuan disimpulkan cukup baik dan pesan yang disampaikan guru terhadap anak mengandung motivasi. (2) bahasa yang digunakan oleh guru sudah sangat tepat dalam berkomunikasi dengan anak didiknya. (3) komunikasi nonverbal yang dilakukan guru dalam berinteraksi dengan muridnya adalah dengan menggunakan gerakan, objek tambahan, isyarat, raut, dan ekspresi |

| | | |
|---|-----------------------|---|
| | | wajah, simbol serta intonasi suara yang bervariasi. |
| | Kontribusi Penelitian | Kontribusi dari penelitian ini adalah pembaca bisa mengetahui bagaimana berkomunikasi antara anak dengan guru menggunakan bahasa verbal dan nonverbal dengan pendekatan melalui komunikasi antarpribadi |
| | Perbedaan | Penelitian dari widya memiliki tujuan yaitu mengetahui bagaimana proses belajar mengajar, bentuk-bentuk komunikasi, serta pendekatan-pendekatan komunikasi yang dilakukan oleh guru terhadap anak didik. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yang mengetahui bagaimana bahasa verbal dan nonverbal Najwa pada saat melakukan wawancara terhadap narasumber. |
| 3 | Tinjauan | Pratama Dio Ananto, Universitas Lampung, 2014 |
| | Judul | Peranan Komunikasi Antarpribadi Volunteer Rumah Baca Ama Nadia dalam Meningkatkan Minat Baca Anak Didik (Studi pada Rumah Baca Asma Nadia Lampung) |
| | Teori | Sudut pandang humanistik yakni keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan |
| | Metode | Deskriptif kualitatif |
| | Hasil | Adanya peningkatan intensitas kehadiran yang berguna meningkatkan minat baca anak didik yang sebelumnya pada bulan November rata-rata yang hadir sebanyak 16 orang dan jumlah buku yang dipinjam 10 dan pada bulan Januari meningkat rata-rata yang hadir 25 orang dan jumlah buku yang dipinjam rata-rata sebanyak 15 |
| | Kontribusi Penelitian | Dalam penelitian ini memberikan informasi bagaimana komunikasi yang dilakukan volunteer terhadap pembaca dan pembaca bisa mengetahui aspek-aspek dalam komunikasi antar pribadi |
| | Perbedaan | Penelitian Dito memiliki tujuan untuk meningkatkan minat baca pada pembaca dan mendeskripsikan peranan komunikasi antarpribadi volunteer Rumah Baca Asma NadiaLampung dalam meningkatkan minat membaca anak didik sedangkan penelitian peneliti memiliki tujuan mengetahui bahasa verbal dan nonverbal Najwa pada saat melakukan wawancara kepada narasumber di acara Mata Najwa. |
| 4 | Tinjauan | Herwin Andhika T. tahun 2013 Universitas Brawijaya Malang. |

| | |
|-----------------------|---|
| Judul | Penerapan Teknik Komunikasi oleh <i>Debt Collector</i> dalam Menagih Pembayaran Kredit Bermasalah (Studi pada bagian <i>Debt Collector</i> di Adira <i>Finance</i> Cabang Kota Malang) |
| Teori | Komunikasi Koersif |
| Metode | deskriptif-kualitatif |
| Hasil | Hasil dari penelitian ini adalah penerapan teknik komunikasi koersif yang dilakukan <i>Debt collector</i> Adira <i>Finance</i> mengenai kewajiban yang dibebankan pada nasabah terkesan kasar, namun dengan cara tersebut terbukti berhasil. Kemampuan <i>Debt Collector</i> dalam menangani nasabah bermasalah sebagai suatu proses untuk mempengaruhi sikap, perilaku, dan pendapat nasabah yang bermasalah |
| Kontribusi Penelitian | Pembaca bisa mengetahui teknik komunikasi yang digunakan oleh <i>Debt Collector</i> dalam menangani nasabah yang bermasalah. Menambah pengetahuan pembaca mengenai sikap dan perilaku yang bisa berdampak pada nasabah ketika <i>Debt Collector</i> berbicara kepada nasabah |
| Perbedaan | Penelitian Herwin untuk mengetahui teknik komunikasi koersif yang dilakukan oleh <i>Debt Collector</i> kepada nasabah Adira <i>Finance</i> dan mengetahui perubahan sikap nasabah ketika ditagih oleh <i>Debt Collector</i> . Sedangkan penelitian peneliti yaitu menggunakan teori dalil-dalil komunikasi antarpribadi yang menjadi tolak ukur dalam penelitian yaitu teknik komunikasi bahasa verbal dan nonverbal Najwa Shihab dalam melakukan wawancara |

(Sumber: e-jurnal skripsi 2011-2014 diakses pada Oktober 2015)

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1 Proses Komunikasi

Menurut (Effendy, 2011:11), proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran (gagasan, informasi, opini) atau perasaan (keyakinan, keraguan, kemarahan, dan lain sebagainya) oleh seorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pada hakikatnya orang beretorika sama halnya orang

berkomunikasi. Dilihat dari konteks komunikasi antarpersonal, proses menunjukkan adanya kegiatan pengiriman pesan dari seseorang kepada orang lain.

Proses komunikasi menjadi dua tahap yakni secara primer dan sekunder yaitu:

a. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasa lah yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain, apakah berbentuk ide, informasi atau opini. Seperti halnya berpidato bisa dilakukan dimana saja secara tatap muka yang terpenting menggunakan bahasa yang tepat.

b. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Pentingnya media kedua atau media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan.

2.2.2 Tinjauan Pesan dalam Proses Komunikasi

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Media komunikasi yang meliputi media elektronik yang terdiri dari televisi, radio, *tape recorder*, dan sebagainya. Dan media cetak yang terdiri dari surat kabar, majalah, buku, dan sebagainya. Dimana isinya bisa berupa informasi, hiburan, dan pengetahuan (Cangara, 2011: 24).

Pesan dalam proses komunikasi, tidak bisa melepaskan diri dari apa yang disebut simbol dan kode, karena pesan yang dikirim pengirim pesan (*komunikator*) kepada penerima pesan (*komunikan*) terdiri atas rangkaian simbol dan kode. Simbol adalah lambang yang memiliki suatu objek, sementara kode adalah seperangkat simbol yang telah disusun secara sistematis dan teratur sehingga memiliki arti (Cangara, 2011: 99).

2.2.2.1 Bahasa Verbal

(Riswandi, 2009: 59-60) bahasa adalah seperangkat kata yang disusun secara berstruktur sehingga menjadi suatu kalimat yang mengandung makna. Fungsi bahasa yang mendasar bagi manusia adalah untuk menamai atau menjulukkan obyek, orang, dan peristiwa. Bahasa menjadi alat komunikasi yang penting guna memahami apa yang ada disekitar kita, tidak hanya itu dengan bahasa dapat mengetahui sikap, perilaku, pandangan kita terhadap apa yang ada dihadapan kita. Dalam buku Riswandi, menurut Larry L. Barker fungsi bahasa memiliki tiga fungsi, yaitu:

- a. Fungsi penamaan yaitu penjurukan yang merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
- b. Fungsi interaksi yang menekankan pada berbagai gagasan dan emosi yang dapat menghubungkan antara orang dengan orang lainnya, atau antara orang kelompok orang dengan kelompok lainnya. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain. Anda juga menerima informasi setiap hari mulai bangun di pagi hari sampai tidur di malam hari.
- c. Fungsi transmisi informasi, melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain. Melalui bahasa, kita menerima informasi setiap hari dari orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui media massa).

Bahasa mempunyai peranan penting untuk digunakan sebagai alat komunikasi, dengan bahasa juga, kita dapat memahamai apa yang di maksudkan atau disampaikan oleh *komunikator* kepada *komunikan*, sehingga tercipta pemaknaan yang sama terhadap ide atau konsep. Bahasa yang baik dan benar memudahkan kita untuk bergaul dan berbagi pengalaman dengan orang-orang disekitar kita, tidak hanya itu dengan bahasa dapat digunakan sebagai persuasi atau mempengaruhi mereka untuk kepentingan kita.

A. Kata

Kata merupakan salah satu unsur dasar dalam berbahasa. Dengan kata-kata orang dapat berpikir, menyatakan perasaan dan menyampaikan gagasannya

kepada orang lain. Dengan kata-kata pula orang dapat menjalin persahabatan dan sebaliknya dengan kata-kata pula suatu pertengkaran, perselisihan, bahkan peperangan dapat terjadi. Oleh karena itu memilih kelompok kata atau kata yang tepat untuk menyampaikan gagasan. Kata-kata yang kita pakai harus secara tepat mengungkapkan apa yang ingin kita sampaikan (Suyanto, 2009: 70).

Bagaimana seseorang melakukan pemilihan kata atas sebagai kemungkinan kata yang tersedia suatu fakta umumnya terdiri atas beberapa kata yang merujuk pada fakta misalnya kata meninggal mempunyai kata lain mati, tewas, gugur, dan sebagainya. Diantara beberapa kata itu seseorang dapat memilih diantara pilihan yang tersedia. Dengan demikian pilihan kata yang dipakai tidak semata hanya karena kebetulan, tetapi secara ideologis menunjukkan bagaimana pemaknaan seseorang terhadap fakta/realitas.

B. Kalimat

Kalimat ialah beberapa unsur-unsur kata yang disusun secara sadar untuk mencapai daya informasi yang diinginkan oleh penulis terhadap pembacanya. Disamping itu kalimat yang efektif selalu tetap berusaha agar gagasan pokok selalu mendapat tekanan atau penonjolan dalam pikiran pembicara kepada pendengar, komunikasi kepada komunikator, dan pengiriman pesan kepada penerima pesan yang memiliki tafsiran sama (Suyanto, 2009: 58).

Bentuk kalimat yang berhubungan dengan cara berpikir logis, yaitu prinsip kasualitas. Dimana ia menanyakan apakah A yang menjelaskan B ataukah B yang menjelaskan A. logika kasualitas kalau diterjemahkan kedalam bahasa

menjadi susunan subjek (yang menerangkan) dan prediket (yang diterangkan). Bentuk kalimat ini menerangkan teknis kebenaran tata bahasa dan menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat. Kalimat aktif umumnya digunakan agar seorang menjadi subjek dari tanggapannya, sebaliknya kalimat pasif menempatkan seseorang sebagai objek.

2.2.2.2 Bahasa Nonverbal

Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (Riswandi, 2009: 69-70). Secara sederhana non verbal adalah semua isyarat yang bukan berbentuk kata atau kalimat.

Manusia dalam berkomunikasi selain memakai kode verbal (bahasa) juga memakai kode nonverbal. Kode nonverbal biasa disebut bahasa isyarat atau bahasa diam atau *silent language* (Cangara, 2011: 105). Dengan komunikasi nonverbal bisa memberikan tambahan dalam mengenali atau memahami lawan bicara. Dalam hubungannya dengan perilaku verbal, perilaku nonverbal juga mempunyai beberapa fungsi-fungsi seperti yang peneliti kutip dari buku.

- a. Perilaku nonverbal dapat mengulangi/repetisi perilaku verbal. misalnya kita menganggukan kepala ketika kita mengatakan “Ya” atau menggelengkan kepala ketika mengatakan “Tidak”.

- b. Menekankan atau melengkapi perilaku verbal. Misalnya kita melambaikan tangan seraya mengucapkan “selamat jalan” dan “sampai jumpa”, atau ketika berpidato kita melakukan “gerakan tangan”, “nada suara tinggi”, dan “nada suara merendah”.
- c. Perilaku nonverbal dapat menggantikan/substitusi perilaku verbal. Misalnya menggoyangkan tangan dengan telapak tangan menghadap ke depan (sebagai pengganti kata “tidak”).
- d. Perilaku nonverbal dapat meregulasi perilaku verbal. Misalnya melihat jam tangan anda ketika waktu kuliah sudah berakhir, sehingga dosen segera menutup kuliah nya.
- e. Perilaku nonverbal dapat membantah atau bertentangan (kontradiksi) dengan perilaku verbal. Misalnya seorang suami mengatakan “Bagus! Bagus!” ketika dimintai komentar oleh istrinya mengenai baju yang baru dibelinya, seraya terus membaca surat kabar di tangannya.

Oleh karena itu dengan fungsi-fungsi tersebut bisa dikatakan bahwa perilaku verbal bisa mewakili nonverbal. Jadi setiap komunikasi yang dilakukan tidak hanya verbal tapi nonverbal juga digunakan seperti gelengan kepala, gerakan tubuh, dan sebagainya. Nonverbal bisa mempengaruhi kepercayaan atau pertentangan penerima (*komunikan*) tentang pesan, ide, atau konsep yang disampaikan oleh pengirim (*komunikator*).

Hal yang menarik dari kode nonverbal adalah studi Albert Mehrabian (1971) yang menyimpulkan bahwa tingkat kepercayaan dari pembicaraan orang adalah 7%

berasal dari bahasa verbal; 38% dari vokal suara; dan 55% dari ekspresi muka. Ia juga menambahkan bahwa jika terjadi pertentangan antara apa yang diucapkan seseorang dengan perbuatannya, maka orang lain cenderung mempercayai hal-hal yang bersifat nonverbal (Riswandi, 2009: 70).

A. Bahasa Tubuh (*Kinesics*)

Setiap anggota tubuh manusia seperti wajah, tangan, kepala, kaki, dan seluruh anggota tubuh kita dapat digunakan sebagai isyarat simbolik. Menurut (Cangara, 2011: 107-108), bahasa tubuh (*kinesics*) ialah kode nonverbal yang ditunjukkan oleh gerakan-gerakan badan. Gerakan-gerakan badan bisa dibedakan atas lima macam berikut:

- a) *Emblems* ialah isyarat yang berarti langsung pada simbol yang dibuat oleh gerakan badan. Misalnya mengangkat jari V yang artinya *Victory* atau menang, mengangkat jempol berarti yang terbaik untuk orang Indonesia, tetapi terjelek bagi orang India.
- b) *Illustrators* ialah isyarat yang dibuat dengan gerakan-gerakan badan untuk menjelaskan sesuatu, misalnya besarnya barang atau tinggi rendahnya suatu objek yang dibicarakan.
- c) *Affect displays* ialah isyarat yang terjadi karena adanya dorongan emosional sehingga berpengaruh pada ekspresi muka, misalnya tertawa, menangis, tersenyum, sinis, dan sebagainya.
- d) *Regulators* ialah gerakan-gerakan tubuh yang terjadi pada daerah kepala, misalnya mengangguk tanda setuju atau menggeleng tanda menolak.

e) *Adaptory* ialah gerakan badan yang dilakukan sebagai tanda kejengkelan.

Misalnya menggrutu, mengepalkan tinju ke atas meja, dan sebagainya.

Jadi seluruh badan manusia memiliki fungsi dalam melakukan komunikasi. Semua gerakan yang ada di badan manusia mengandung tanda atau simbol dalam menunjukkan apa yang ingin disampaikan.

Gerak tubuh juga membantu menguatkan bunyi vokal, memberi kerangka, atau menguatkan ucapan bagi seorang pembicara. Pembicara dapat menggunakan anggukan kepala, gerak lengan, atau gerak jarinya untuk menunjukkan bagaimana komentar mulai dan berakhir, untuk menggarisbawahi atau menekankan bagian tertentu dari komentar. Keseluruhan tubuh boleh digerakkan untuk mendukung arti. Pembicara boleh menaikkan atau menurunkan bahu untuk memperlihatkan perasaan tertentu.

B. Gerakan Mata

Mata adalah alat komunikasi yang paling berarti dalam memberi isyarat tanpa kata. Pandangan dan lirikan mata adalah isyarat yang ditimbulkan oleh gerakan-gerakan mata. Bahkan ada yang menilai bahwa gerakan mata adalah pencerminan isi hati seseorang (Cangara, 2011: 109). Menurut Cangara menjelaskan bahwa dalam riset Mark Knapp menemukan empat fungsi utama gerakan mata, yakni sebagai berikut.

a. Untuk memperoleh umpan balik dari seorang lawan bicaranya. Misalnya dengan mengucapkan bagaimana dengan pendapat anda hal itu?

- b. Untuk menyatakan terbukanya saluran komunikasi dengan tibanya waktu untuk bicara.
- c. Sebagai sinyal untuk menyalurkan hubungan, dimana kontak mata akan meningkatkan frekuensi bagi orang yang saling memerlukan. Sebaliknya orang yang merasa malu akan berusaha untuk menghindari terjadinya kontak mata. Misalnya orang yang merasa bersalah atau berutang akan menghindari orang yang bisa menagihnya.
- d. Sebagai pengganti jarak fisik. Bagi orang yang berkunjung ke suatu pesta, tetapi tidak sempat berdekatan karena banyaknya pengunjung, maka melalui kontak mata mereka dapat mengatasi jarak pemisah yang ada.

Secara umum, pembicara harus menunjukkan kesan bahwa presenter memandang langsung pada hadirin. Hampir di segala situasi, gerakan mata yang tidak teratur biasanya merugikan. Melihat ke atas tanpa tujuan pasti, ke arah jendela, ke pojok ruangan, ke lantai, atau membolak-balik catatan adalah gerakan yang mengganggu dan tidak menguntungkan. Kemampuan menciptakan kontak mata dengan pemirsa pada saat berbicara adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang presenter. Bila seorang presenter menatap kamera, tatapan matanya harus tatapan yang segar, bukan tatapan yang romantis atau ngantuk. Mata harus segar dan tajam. Meskipun tatapan sayu dapat merupakan daya tarik penampilan yang hebat (Zuhri, 2010: 81).

C. Sentuhan

Dalam buku (Cangara, 2011: 111) mengungkapkan sentuhan ialah isyarat yang dilambangkan dengan sentuhan badan. Menurut bentuknya sentuhan badan dibagi atas tiga macam berikut.

- a. *Kinesthetic* ialah isyarat yang ditunjukkan dengan bergandengan tangan satu sama lain, sebagai simbol keakraban atau kemesraan.
- b. *Sociofugal* ialah isyarat yang ditunjukkan dengan jabat tangan atau saling merangkul.
- c. *Thermal* ialah isyarat yang ditunjukkan dengan sentuhan badan yang terlalu emosional sebagai tanda persahabatan yang begitu intim. Misalnya menepuk punggung karena sudah lama tidak bertemu.

D. Paralanguage

Paralanguage ialah isyarat yang ditimbulkan dari tekanan atau irama suara sehingga penerima dapat memahami sesuatu dibalik apa yang diucapkan. Misalnya “datanglah” bisa diartikan betul-betul mengundang kehadiran kita atau sekedar basa-basi (Cangara, 2011: 111). *Paralanguage* bisa menimbulkan kesalahpahaman karena tekanan atau irama suara yang digunakan orang bisa berbeda-beda. Tidak hanya dari berbeda negara, beda daerah pun paralanguage yang digunakan sudah berbeda tekanan atau irama suranya. Sebab dengan perbedaan tekanan atau irama suara menjadi kebiasaan atau ciri khas orang pada daerah atau negara tersebut.

Dalam suara selagi berbicara tidak boleh terlalu tinggi ataupun rendah, tetapi enak digunakan, dan setiap pembicara harus mempelajari berbagai variasi dalam gelombang atau irama suara untuk menghasilkan yang terbaik. Cara seseorang menggunakan variasi *Paralanguage* dalam suaranya merupakan teknik nonverbal yang penting untuk menekankan arti dalam pesan atau menunjukkan sesuatu yang bermakna yang umumnya terkait dengan kata tertentu harus diabaikan atau diinterpretasikan sebagai ironi.

Menurut (Zuhri, 2010: 84-85) *paralanguage* berkaitan dengan ekspresi, ekspresi adalah penting dalam pengolahan suara. Suara yang baik tidak akan berarti banyak tanpa disertai ekspresi yang tepat. Ekspresi terdiri dari tiga komponen penting, yaitu:

(1) *Pitch* atau tinggi rendah suara

Setiap orang mempunyai *Pitch* yang berbeda-beda dan pada situasi apa ia sedang berada. Seseorang yang terlahir dengan *pitch* yang tinggi apabila ia ingin menjadi presenter yang baik, latihan dengan instruktur khusus mutlak diperlukan.

(2) *Pace* atau kecepatan berbicara

Jangan terlalu cepat, itulah kunci berbicara bagi seorang presenter. Berikan waktu kepada khalayak untuk mendengar dan menelaah kata-kata anda. Berikan juga waktu untuk diri sendiri untuk memikirkan apa yang akan diucapkan berikutnya. Seorang presenter yang baik sangat mahir dalam memainkan tempo yang membuat pembicara menarik dan penuh dengan kejutan.

(3) *Phrasing* atau pemenggalan kalimat

Nafas setiap orang berbeda-beda, ada yang sanggup menyampaikan tiga kalimat dalam satu nafas, ada pula yang setiap kalimat harus mengambil nafas. Terlepas anda yang setiap kalimat harus mengambil nafas. Terlepas anda mempunyai nafas panjang atau pendek, pemenggalan kalimat penting untuk diperhatikan, arti sebuah kalimat akan berbeda jauh dari maksud sebenarnya apabila anda salah memenggalnya.

E. Ekspresi Wajah

Salah satu alat terpenting yang digunakan pembicara dalam komunikasi nonverbal yaitu ekspresi wajah. Senyuman, ketawa, kerutan dahi, mimik yang lucu, gerakan alis yang menunjukkan keraguan, rasa kaget, dan sebagainya dapat menekankan atau mengungkapkan maksud pembicara. Senyum yang tulus dan tidak berlebihan akan membuat pembicara terlihat ramah dan senang membawakan acara tersebut. Namun kenyataannya menunjukkan bahwa banyak pembicara yang gagal untuk menggunakan ekspresi wajah sebagai alat komunikasi yang efektif. Sebagai akibatnya, pembicara hanya akan menghasilkan pembicaraan yang monoton dan membosankan serta menunjukkan ekspresi wajah yang kosong. Seseorang yang bila berbicara dengan satu atau dua orang selalu menunjukkan ekspresi wajah yang mewakili emosinya, seringkali kelihatan menjemukan bila berbicara dihadapan publik. Hal ini disebabkan karena ia tidak sadar bahwa ekspresi wajahnya tidak dapat ditangkap oleh hadirin yang jauh dari tempat ia berbicara (Zuhri, 2010: 82).

F. Penampilan Fisik

Berpenampilan menarik memiliki arti sangat penting sebagai salah satu kunci sukses untuk dapat menjalin hubungan atau interaksi yang harmonis. Sebaliknya apabila penampilan diri diabaikan dapat mengakibatkan dampak yang merugikan baik secara pribadi maupun kelembagaan. Penampilan adalah bentuk pernyataan atau presentasi diri dalam bentuk cara berpakaian. Penampilan diri yang baik akan membentuk citra positif. Perlu diingat bahwa penampilan yang menarik tidak selalu identik dengan biaya yang mahal. Misalnya penggunaan aksesoris, dikatakan menarik justru apabila tidak terlalu berlebihan, melainkan disesuaikan dengan suasana (Suranto, 2011: 150).

Ketika presenter pertama kali muncul dalam pandangan pemirsa, mereka akan langsung membuat penilaian terhadap diri presenter tersebut. Penampilan fisik atau cara berpakaian akan menunjukkan apakah ia satu dari mereka atau dari kelompok lain. Berpakaian pada saat berbicara didepan publik tidak selalu harus wah dan *glamour*, berpakaian dengan menarik dan sesuai dngn jenis khalayak serta acara di mana presenter tersebut tampil. Hindari juga perhiasan yang berlebihan yang mengganggu konsentrasi mereka untuk mendengarkan pembicaraan dari presenter tersebut. Dan jika membawakan acara televisi tentunya semua juga akan terlihat (zuhri, 2010: 81).

2.3 Jurnalisme Investigasi Televisi

Peliputan investigasi pada umumnya adalah upaya untuk membongkar sebuah kasus yang ditutup-tutupi atau permasalahan lain yang menyangkut kepentingan umum yang tidak transparan. Secara prinsip, pekerjaan investigasi yang dilakukan

seorang wartawan dan intel memang mirip. Hanya saja diantara keduanya terdapat perbedaan yang menonjol. Seorang wartawan melakukan pekerjaan investigasi untuk kemudian ditulis dan dipublikasikan pada masyarakat luas. Intelejen bekerja berdasarkan perintah komando di mana hasilnya dilaporkan secara tertutup kepada si pemberi komando (Badjuri, 2010: 129).

Informasi yang dikemas dalam bentuk tayangan berita selalu dinantikan oleh pemirsa. Berita televisi semakin beragam, dengan demikian informasi yang diperoleh pemirsa menjadi lebih banyak pilihan. Informasi menjadi konsumsi bagi masyarakat Indonesia saat ini. Berbagai tayangan dalam berita televisi menjadi opini dan menjadi pembicaraan sehari-hari dalam masyarakat umum. Lahirnya televisi-televisi swasta di Indonesia membuat pilihan masyarakat akan informasi semakin beragam dan luas. Para jurnalis televisi dituntut untuk semakin kreatif dalam membuat tayangan berita. Agar tidak membosankan penonton, stasiun televisi mempunyai program berita khusus dalam bentuk berita investigasi.

Dalam setiap liputan investigasi yang ada dalam televisi, pemirsa akan diperlihatkan oleh berbagai macam gambar visual yang membawa pemirsa ikut serta dalam penyelidikan. Dengan menggunakan alat perekam kamera akan menjelajahi dunia investigasi yang membongkar rasa penasaran pemirsa akan suatu informasi. Gambar eksklusif akan selalu menjadi tayangan yang ditunggu-tunggu oleh pemirsa. Karena dengan gambar tersebut maka fokus tontonan TV akan semakin serius dan terhayati oleh penonton dan disertai dengan suara penyiar yang membawa suasana dramatik tadi berjalan (Badjuri, 2010: 130).

2.3.1 Peraturan Komisi Penyiaran Berkaitan Acara Televisi

Dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban, dan perannya pers menghormati hak asasi setiap orang, karena itu pers dituntut profesional dan terbuka untuk dikontrol masyarakat (Yosef, 2009:169-210). Peneliti hanya memberikan ulasan peraturan Komisi Penyiaran No. 02 Tahun 2007 Standar Program Siaran. Peneliti membatasi peraturan Komisi Penyiaran tersebut yang berkaitan dengan standar program siaran agar dalam membahas mengenai peraturan tersebut tidak melebar terlalu luas dan peneliti bisa menyajikan peraturan bahasa verbal maupun bahasa nonverbal apa saja yang dilarang pada saat melakukan wawancara terhadap narasumber yang proses wawancaranya disiarkan melalui stasiun televisi yang ditonton banyak khalayak atau penonton. Jadi dalam mengajukan pertanyaan tidak sembarangan, ada peraturan yang harus diikuti dan dijalankan. Adapun beberapa peraturan Komisi Penyiaran No.02 tahun 2007 tentang Standar Program Siaran yaitu

A. Bab V Kesopanan dan Kesusilaan Pasal 11

1. Lembaga penyiaran harus memperhatikan norma kesopanan dan kesusilaan yang dijunjung oleh keberagaman khalayak baik dalam agama, suku, budaya, usia, dan latar belakang ekonomi.
2. Lembaga penyiaran harus berhati-hati agar program isi siaran yang disiarkan tidak merugikan dan menimbulkan efek negatif terhadap norma kesopanan dan kesusilaan yang dianut oleh keberagaman khalayak tersebut.

B. Bagian Kedua Kata-Kata Kasar dan Makian Pasal 13

1. Lembaga penyiaran tidak boleh menyajikan penggunaan bahasa atau kata-kata makian yang mempunyai kecenderungan menghina/merendahkan martabat manusia, memiliki makna jorok/mesum/cabul/vulgar, serta menghina agama dan Tuhan.
2. Kata-kata kasar dan makian yang dilarang disiarkan mencakup kata-kata dalam bahasa Indonesia, bahasa asing, dan bahasa daerah, baik diungkapkan secara verbal maupun nonverbal.

C. Bab XI Narasumber Pasal 44

1. Jika narasumber diundang dalam sebuah program faktual, wawancara di studio, wawancara melalui telepon, terlibat dalam program diskusi (*talkshow*), lembaga penyiaran wajib: (a) memberitahukan tujuan program, topik, dan para pihak yang terlibat dalam acara tersebut serta pesan dan kontribusi narasumber. (b) menjelaskan kepada narasumber apakah program akan disiarkan secara langsung atau rekaman. Jika merupakan program rekaman harus menjelaskan apakah hasil rekaman akan diedit, serta kepastian dan jadwal penayangan program agar kehadiran narasumber benar-benar menunjukkan manfaat.
2. Lembaga penyiaran wajib menghormati setiap narasumber, termasuk hak untuk tidak menjawab pertanyaan.
3. Lembaga penyiaran dilarang mengintimidasi, menyudutkan dan memaksa kehendak kepada narasumber demi mendapatkan jawaban tertentu.

2.4. Pengertian Wawancara

Dalam *Oxford Advanced Learner`s Dictionary* dinyatakan bahwa *Interview is a meeting between two people to discuss important matters* yaitu pertemuan antara dua orang untuk mendiskusikan hal-hal yang penting. Dalam kenyataannya wawancara (*interview*) tidak hanya dilakukan antara dua orang, tetapi kadang-kadang tiga orang atau lebih. Namun demikian intinya tetap sama yaitu mendiskusikan hal-hal yang penting bagi banyak orang atau bagi khalayak.

Wawancara selain mendiskusikan atau bertanya jawab tentang suatu hal yang penting juga sebagai salah satu metode pengumpulan informasi. Apabila wawancara dilaksanakan dalam siaran berita (media TV dan radio) atau untuk mendapatkan informasi untuk dijadikan berita disebut dengan wawancara berita. Dengan demikian yang disebut dengan wawancara adalah proses kegiatan mendapatkan dan menyajikan informasi penting dalam bentuk tanya jawab antara pewawancara (*interviewer*) dengan narasumber (*source*) (Yosef, 2009: 34-35).

Dalam perkembangannya, wawancara tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan informasi melalui tanya jawab antara pewawancara dengan narasumber, tetapi sudah menjadi bagian dari penyajian informasi itu sendiri.

2.4.1 Tahap Pelaksanaan Wawancara

- A. Menyiapkan pertanyaan-pertanyaan untuk diajukan pada saat wawancara.
- B. Beberapa saat sebelum wawancara dimulai, pewawancara perlu menciptakan suasana keakraban dengan narasumber terutama untuk menghilangkan ketegangan yang dialami narasumber.

C. Melakukan wawancara yang diawali dengan salam perkenalan kepada narasumber dan mengawali pertanyaan dengan pertanyaan yang mampu menciptakan suasana keakraban seperti pertanyaan apa kabar, bagaimana perkembangan usaha atau pekerjaan, kemudian baru mulai dengan pertanyaan terkait topik wawancara.

D. Setelah wawancara usai, juga ditutup dengan ucapan terima kasih kepada narasumber. Pada media televisi disertai ucapan salam dan terima kasih kepada penonton yang ada di studio.

2.4.2 Bagian-Bagian Proses Wawancara

Selain menegmbangkan keterampilan seni bertanya, pewawancara kadang-kadang bertanggungjawab untuk menentukan struktur pertemuan. Namun dalam kebanyakan kasus, sebuah wawancara harus mempunyai bagian-bagian dalam proses wawancara yang jelas, diantaranya pembukaan, batang tubuh, dan penutupan dan pewawancara memiliki tanggungjawab khusus atas setiap bagian ini (Mulyana, 2005: 52-55).

2.4.2.1 Pembukaan Wawancara

Dalam memulai wawancara, pewawancara mempunyai tiga tanggungjawab. Pertama, memperkenalkan tujuan wawancara kepada responden. Meskipun ini jelas bagi pewawancara, pernyataan singkat mengenai tujuan ini dapat meyakinkan pihak lain. Kedua, pewawancara adalah memelihara hubungan dengan responden, membuatnya merasa bahwa pewawancara dapat dipercaya dan bahwa pertemuan itu bukan merupakan situasi yang mengancam. Ketiga dan

terpenting adalah memotivasi responden untuk menjawab pertanyaan. Kadang-kadang minat responden tampak meyakinkan.

Pewawancara jangan menganggap bahwa responden yang potensial hanya menunggu untuk diwawancarai. Alih-alih, pewawancara harus bertindak seolah-olah responden itu sibuk dan mencoba berkata secara singkat mengapa penting untuk menghabiskan waktu sebentar saja. Wilson dan Goodall mengemukakan tiga tujuan yang saling berhubungan dari pembukaan wawancara yaitu untuk membuat responden merasa disambut dan merasa santai, memberi responden perasaan bahwa kedatangannya bermanfaat, dan membahas beberapa topik utama.

2.4.2.2 Batang Tubuh atau Jalannya Wawancara

Batang tubuh wawancara menuntut pewawancara untuk menghabiskan porsi waktu terbanyak dengan responden dan batang tubuh itu harus hati-hati direncanakan agar hasil terbaik dapat diperoleh. Kita telah melihat bahwa sejumlah bentuk pertanyaan yang berbeda dapat digunakan dalam wawancara. Setiap bentuk mempunyai keuntungan dan kerugiannya. Langkah pertama dalam perencanaan wawancara adalah menentukan topik yang akan dibahas. Setelah memilih topik, pewawancara lalu menentukan urutan sebenarnya dari pertanyaan-pertanyaan yaitu pewawancara mulai dengan pertanyaan yang luas dan secara bertahap diikuti dengan pertanyaan-pertanyaan yang lebih spesifik. Karena setiap pertanyaan dalam urutan itu lebih spesifik daripada pertanyaan yang mendahuluinya, pewawancara dapat mengkonstruksi kembali gambaran yang

lebih lengkap mengenai sikap responden dan pada saat yang sama mengevaluasi jawaban-jawaban spesifik dalam hubungannya dengan isu umum.

A. Topik Wawancara

Urutan topik harus direncanakan untuk membuat pengalaman wawancara sebermakna mungkin, untuk membaginya sebagai permulaan, pertengahan, dan akhir. Lebih khusus lagi, pertanyaan-pertanyaan awal harus membangkitkan minat responden tanpa mengancamnya sebelum ia benar-benar committed terhadap transaksi itu, dan memberi contoh dan mengajarnya jenis tugas yang diemban wawancara. Pertanyaan yang berat dapat ditempatkan belakangan dalam wawancara, ketika komitmen responden dianggap mencapai puncak dan belum kelelahan. Kadang-kadang pertanyaan yang paling beresiko dapat ditempatkan pada akhir wawancara, sehingga bila pertanyaan menimbulkan penolakan untuk melanjutkan wawancara, sedikit saja informasi yang hilang. Namun hal tersebut mempunyai resiko kemungkinan perpisahan yang tidak menyenangkan (Mulyana, 2005: 54).

B. Paraphasing

Paraphasing merupakan metode yang lebih disukai untuk merespon orang yang mengekspresikan perasaannya mengenai suatu masalah. Ketika anda menguraikan dengan kata-kata sendiri, tujuan anda adalah tetap memusatkan perhatian pada perasaan, gagasan, dan pandangan orang itu, dari pada perasaan, gagasan dan pandangan anda sendiri. *Paraphasing* bertindak seperti menyelidiki dalam arti bahwa ia mendorong orang untuk menjabarkan dan memperoleh pemahaman lebih jauh mengenai situasi. Akhirnya, ia

menunjukkan bahwa anda menerima alih-alih menilai perasaan orang, dan ini menimbulkan pengungkapan diri lebih jauh dan kepercayaan.

C. Empati Pewawancara

Perilaku-perilaku verbal yang berhubungan dengan empati meliputi perilaku diam yang layak, pertanyaan menyelidiki, pendorong verbal, pernyataan ulang, dan pertanyaan yang meminta penjelasan. Pewawancara yang menginterupsi responden dipersepsi oleh responden sebagai nonempatik, kecuali bila interupsinya berupa pertanyaan. Semakin lama waktu yang dibutuhkan pewawancara untuk merespons, semakin besar kemungkinan bahwa ia akan dipersepsi sebagai nonempatik. Pertanyaan menyelidiki dan pertanyaan yang menuntut penjelasan berhubungan dengan persepsi atas empati pewawancara. Namun yang menarik, terlepas dari apakah dipersepsi sebagai empatik atau sebenarnya berperilaku empatik, tidak ada perbedaan berkenaan dengan apakah responden dipanggil lagi untuk wawancara kedua. Perilaku empatik boleh jadi menyebabkan pengalaman wawancara lebih menyenangkan dan menciptakan perasaan lebih positif namun tidak mempunyai konsekuensi atas pemanggilan kembali untuk wawancara berikutnya (Mulyana, 2005: 57).

2.4.2.3 Penutup Wawancara

Hampir setiap wawancara memanfaatkan ringkasan wawancara. Ringkasan itu bisa berkisar dari pernyataan singkat hingga ketinjauan topik-topik yang didiskusikan. Lalu bila suatu tindakan harus diambil sebagai hasil wawancara sifat kontak berikutnya harus disepakati. Bila masing-masing menduga pihak lainnya

akan berinisiatif untuk menghubungi, keduanya kemungkinan harus menunggu terlalu lama sebelum ada kelanjutan. Lebih dari satu pekerjaan telah hilang dengan cara tersebut. Akhirnya, suatu ringkasan tertulis dapat dikirimkan kepada responden. Dalam wawancara penilaian prosedur ini sangat membantu karena kedua pihak memiliki catatan tertulis mengenai tujuan-tujuan yang disepakati bagi tanggung jawab pekerjaan mendatang dari pegawai tersebut.

Ucapkan terima kasih kepada narasumber. Narasumber adalah sumber penting dan informan bagi pewawancara. Pendengar akan mengenali pewawancara, bila mereka tidak mendengar pewawancara menawarkan gaya bicara yang hormat, pendengar akan merasa tidak dihargai. Jika mengerjakan topik ringan, cobalah untuk mencari sebuah komentar lucu untuk mengakhiri wawancara. Hal tersebut dilakukan untuk memberi kesan yang kuat dan menghibur bagi pendengar (Syamsul, 2004: 140).

2.5 Proses Wawancara Televisi

2.5.1. Pengertian Wawancara Televisi

Wawancara televisi adalah tanya jawab antara reporter televisi dengan narasumber dengan tujuan, untuk mendapatkan penjelasan atau keterangan dari narasumber tersebut. Narasumber diwawancarai karena dua alasan: pertama, karena narasumber dianggap menguasai permasalahan dan kedua, karena ia terlibat langsung atau tidak langsung (hanya menyaksikan) dengan kejadian atau peristiwa yang menjadi topik pembicaraan. Jadi tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan keterangan langsung dari sumber berita yaitu keterangan aktual dari pelaku atau saksi suatu peristiwa yang bernilai berita (Morissan, 2008: 79).

Wawancara meliputi banyak unsur semua komunikasi dua-orang. Menurut Stewert dan Cash mendefinisikan wawancara ialah suatu proses komunikasi diadik relasional dengan tujuan yang serius dan ditetapkan terlebih dahulu yang dirancang untuk mempertukarkan perilaku dan melibatkan tanya jawab. Namun definisi ini pun bahkan agak terbatas karena ia membatasi wawancara dengan tujuan yang serius. Wawancara juga telah menjadi bentuk hiburan yang populer seperti yang disiarkan televisi (Mulyana, 2005: 40).

Seorang pewawancara yang baik harus dapat mengantisipasi kemungkinan adanya keterangan yang menarik dan baru (aktual) yang belum pernah diucapkan sebelumnya. Jika ini yang terjadi, pewawancara harus dapat mengejar dan menggalinya lebih dalam. Melalui wawancara televisi penonton akan mendapatkan informasi, selain itu juga penonton dapat melihat langsung wajah orang yang diwawancarai. Penonton akan dapat melihat dengan jelas mimik, ekspresi dan emosi orang yang diwawancarai dan ini akan memberikan dampak psikologis yang lebih besar dibandingkan dengan kutipan wawancara yang dimuat di media cetak. Reporter dan juru kamera yang baik harus dapat mengambil momen dimana orang yang diwawancarai sedang mengeluarkan perasaan jiwanya yang paling dalam sehingga mampu memberikan dampak dramatis dan tentu saja akan menarik perhatian penonton televisi yang pada akhirnya menaikkan *rating* program berita tersebut (Morissan, 2008: 80).

Pewawancara dapat mengumpulkan atau menyampaikan informasi, memengaruhi sikap orang-orang dan kadang-kadang mempengaruhi perilaku mereka. Sebuah wawancara penilaian (*appraisal interview*), misalnya sering

menimbulkan pengaruh yang cukup besar terhadap pegawai. Wawancara juga merupakan alat penelitian yang berharga. Ia memungkinkan pewawancara untuk mengumpulkan informasi lengkap yang dapat diperoleh lewat kuesioner atau percakapan telepon dan juga memanfaatkan isyarat verbal dan nonverbal. Wawancara juga memungkinkan pewawancara untuk menafsirkan atau menjelaskan pertanyaan-pertanyaan secara lebih mudah, sehingga meningkatkan jawaban dari responden (Mulyana, 2005: 40).

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan bahan berita, yakni bertujuan menggali informasi, komentar, opini, fakta, atau data tentang suatu masalah atau peristiwa. Pewawancara yang baik antara lain mampu untuk mendorong narasumber memberikan informasi yang jelas dan menanggapi opini yang dinyatakan, cara terbaik dalam melakukan wawancara adalah bersikap alamiah, tidak dibuat-buat (Syamsul, 2004: 118). Dalam kenyataannya wawancara tidak hanya dilakukan antara dua orang saja, tetapi kadang dilakukan tiga orang bahkan lebih.

2.5.2 Tempat Wawancara Televisi

Menurut Jani Yosef penyelenggaraan wawancara di media televisi, tempat penyelenggaraan wawancara televisi dapat dibagi menjadi dua, yaitu wawancara di studio (*studio interview*), yaitu wawancara yang dilakukan di luar studio misalnya di jalan, pasar, pabrik, dan lain-lain. Kedua, wawancara di lokasi atau wawancara di lapangan (*on the spot interview*). Pada konteks acara Mata Najwa di media televisi Metro TV, maka proses wawancara masuk pada kategori tempat wawancara di studio (*studio interview*). Wawancara di studio (*studio interview*),

yaitu wawancara yang dilakukan di dalam studio televisi, hal ini efektif jika narasumber adalah seseorang yang memiliki otoritas dalam sebuah kebijakan yang kontrososial atau tidak populer. Dalam wawancara di studio, presenter akan memegang peranan yang besar dalam menggali informasi yang lebih dalam biasanya wawancara studio dilakukan secara langsung (*live*). Pembawa acara mempunyai banyak waktu untuk menanyakan pertanyaan tambahan jika narasumber berubah menjadi menghindari. Presenter dapat secara gigih mengajukan rangkaian pertanyaan (Yosef, 2009: 35).

Pembawa acara atau *host* adalah orang yang bekerja dengan mengandalkan suara dan kemampuan bahasa dilengkapi dengan keterampilan dalam membawakan suatu acara (Morissan, 2008: 112). Najwa Shihab sebagai pembawa acara merupakan *host* dalam acara *talk show* yang tayang di Metro TV dengan melakukan proses wawancara terhadap narasumber secara *live*. Menurut Morissan, 2008: 84) menjelaskan bahwa seorang reporter atau pembawa acara harus dapat mengajukan pertanyaan kepada para narasumber seolah-olah pertanyaan itu diajukan langsung oleh penonton seandainya mereka mempunyai kesempatan. Pertanyaan harus disusun dengan cara, seperti yang diinginkan pemirsa dan bukan menurut selera presenter di studio. Dalam wawancara televisi, seorang pewawancara adalah wakil dari penonton untuk mendapatkan jawaban atau pandangan dari orang yang diwawancarai.

2.5.3 Teknik Wawancara Televisi

Dalam konteks kegiatan kewartawanan, wawancara merupakan kegiatan yang sangat penting dan utama dilakukan oleh para wartawan. Hampir setiap

melaksanakan tugas pembuatan berita, para wartawan selalu melakukan kegiatan wawancara dengan para narasumber. Kegiatan wawancara merupakan kegiatan yang tidak dapat dilepaskan dari kegiatan membuat berita langsung, reportase, dan feature (Ermanto, 2005: 112).

Para wartawan yang akan melakukan wawancara perlu menyiapkan kemampuan dan keterampilan secara baik. Untuk jangka waktu yang relatif lama, wartawan harus matang, terampil, dan cakap dalam mewawancarai narasumber, harus produktif melakukan wawancara dan kreatif mengembangkan. Berikut beberapa persiapan wartawan sebelum melakukan wawancara: (a) mempersiapkan alat perekam; (b) mempelajari dan menguasai permasalahan; (c) menyiapkan pertanyaan-pertanyaan secara baik, khusus, penting, dan khas; (d) menyiapkan mental, kecakapan, dan kemampuan untuk melaksanakan wawancara (Ermanto, 2005: 114). Untuk melaksanakan wawancara jurnalistik ada beberapa pedoman yang perlu dipegangi oleh wartawan, agar wawancara dapat berlangsung dengan baik. Pedoman itu berkaitan dengan pertanyaan, sikap, dan tingkah laku.

2.5.4 Jenis Wawancara Televisi

Dalam wawancara seorang reporter akan melakukan beberapa jenis wawancara tergantung tujuan yang ingin dicapai dari suatu wawancara, terdapat empat jenis wawancara (Morissan, 2008: 86-87), yaitu:

- a) Wawancara Penyingkapan yaitu dalam jenis wawancara ini reporter memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada orang yang bertanggung jawab, misalnya seorang manajer pabrik yang bertanggung jawab terhadap pemogokan yang terjadi ditempatnya. Reporter harus mengajukan pertanyaan

yang singkat dan spesifik, ini akan membuat narasumber untuk tidak bicara secara panjang lebar. Dalam wawancara jenis ini reporter tidak boleh berubah menjadi benci atau agresif kepada narasumber walaupun jawabannya tidak memuaskan. Jika reporter menjadi agresif, maka narasumber mungkin akan beralih menjadi korban baru. Dalam jenis wawancara ini pertanyaan harus diajukan serinci mungkin.

- b) Wawancara Emosional yaitu tanggapan dari korban atau keluarga korban. Dalam wawancara jenis ini reporter harus berbicara dengan nada yang lebih lembut atau simpatik karena pihak yang diwawancarai adalah orang yang baru terkena musibah. Reporter harus bisa membuat narasumber menjadi santai dan jika perlu tanyakan pertanyaan-pertanyaan ringan untuk memancing mereka berbicara.
- c) Wawancara Reaktif yaitu reaksi spontan atau langsung terhadap suatu peristiwa dramatis, misalnya meninggalnya seorang politikus yang terpandang atau penahanan terhadap seorang tokoh masyarakat oleh aparat keamanan.
- d) Wawancara Informatif yaitu para saksi mata atau ahli yang dapat memberikan sebuah pandangan atau penjelasan. Untuk mendapatkan durasi yang dibutuhkan, reporter dapat mengulang atau menyusun ulang kalimat pertanyaan yang sama beberapa kali. Dalam jenis wawancara ini narasumber biasanya akan lebih mudah diarahkan untuk mendapatkan pengambilan gambar yang baik oleh juru kamera atau diminta untuk mengulang kembali jawaban yang mereka berikan.

- e) *Feature Interview/Personality Interview* adalah wawancara untuk menggali cerita kehidupan seseorang yang akan dijadikan berita. Dengan wawancara ini, wartawan akan menghasilkan tulisan berbentuk *features* tentang tokoh, sosok seorang tokoh, baik tokoh sudah terkenal maupun tokoh yang perlu dikagumi (Ermanto, 2005: 115-116).
- f) *Opini interview* adalah jenis wawancara yang dilakukan oleh wartawan untuk mendapatkan pendapat, opini, gagasan, dan ide dari satu atau lebih sumber berita. Wawancara ini dilakukan wartawan untuk melengkapi tulisan reportase atau berita langsung, terutama berita berupa pendapat para tokoh tentang suatu permasalahan.
- g) Wawancara tatap muka disebut dengan wawancara langsung. Wawancara ini memiliki kelebihan, karena memberikan waktu lebih banyak untuk memperoleh informasi yang dikehendaki serta akan muncul informasi baru selama wawancara. Narasumber akan memberikan informasi sebanyak mungkin, karena sulit menghentikan percakapan. Narasumber bisa memperjelas pemikirannya dengan gerak-gerik, mimik, atau menunjukkan bukti visual seperti catatan, coret-corek, dan sebagainya. Reporter bisa mengembangkan suasana yang baik dengan narasumber. Kelemahan wawancara tatap muka, apalagi yang disiarkan secara langsung di media massa elektronik adalah membuat narasumber merasa terganggu bahkan tertantang oleh wartawan.

2.6. Komunikasi Massa

Menurut (Effendy, 2011: 21), definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh Josep A. Devito adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa atau khalayak yang luar biasa banyaknya yang disalurkan oleh pemancar-pemancar audio dan visual (televisi, radio, surat kabar, majalah, film, dan buku). Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan media elektronik) yang awal perkembangannya berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa), media massa adalah saluran yang dihasilkan oleh teknologi modern. Hal ini perlu ditekankan sebab ada media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-lain. Jadi disini jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa (Nurudin, 2011: 4).

Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksudkan dengan komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa. Hal ini berbeda dengan pendapat ahli psikologi sosial, menurut mereka pidato dihadapan sejumlah orang banyak disebuah lapangan, misalnya, asal menunjukkan perilaku massa (*mass behavior*), itu dapat dikatakan komunikasi massa. Semula mereka yang berkumpul dilapangan itu adalah kerumunan biasa yang satu sama lain tidak mengenal, tetapi kemudian karena sama-sama terikat oleh pidato seorang orator, mereka sama-sama terikat oleh perhatian yang sama lalu menjadi massa. Namun para ahli komunikasi membatasi pengertian komunikasi massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa, misalnya surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film. Karena yang dibahas di sini adalah komunikasi, bukan psikologi sosial,

maka yang diartikan komunikasi massa disini adalah menurut pendapat menurut pendapat ahli komunikasi itu (Effendy, 2011: 20). Jadi komunikasi massa adalah komunikasi dengan melalui suatu media yaitu media elektronik dan media cetak yang disebarakan kepada khalayak luas agar mendapatkan informasi.

Najwa Shihab yaitu bukan hanya sebagai seorang yang mewawancarai narasumber saja tetapi sekaligus untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas karena ini disiarkan disebuah saluran televisi berupa program acara Mata Najwa dengan episode episode Darah Muda, Mereka yang Perkasa, dan Habibie & Suara Anak Negeri.

2.6.1 Fungsi Komunikasi Massa

(Nurudin, 2011: 66-72) apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut:

1) Informasi

Fungsi informasi merupakan fungsi yang paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita-berita yang disajikan. *Talk show* dalam beberapa hal memiliki fungsi memberikan informasi di samping fungsi-fungsi yang lain. Dalam hal ini berkaitan dengan pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap

kondisi internasional, lingkungan, dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

2) Hiburan

Baik media elektronik maupun media cetak masing-masing memiliki cara tersendiri dalam memunculkan hiburan dan berbeda dalam penyampaiannya, dalam hal ini akan membahas yang berkaitan dengan media elektronik yaitu televisi, dimana sebagian besar masyarakat masih menjadikan televisi sebagai media hiburan. Bahwa dalam sebuah keluarga, televisi sebagai perekat keintiman keluarga karena masing-masing anggota keluarga mempunyai kesibukan sendiri-sendiri, misalnya suami dan istri kerja seharian sedangkan anak-anak sekolah. Setelah kelelahan dengan aktivitasnya masing-masing, ketika malam hari berada dirumah, kemungkinan besar mereka menjadikan televisi sebagai media hiburan sekaligus sarana untuk berkumpul bersama keluarga. Hal ini mendudukan televisi sebagai alat utama hiburan (untuk melepaskan lelah). Acara hiburan itu juga dianggap perekat keluarga karena dapat ditonton bersama-sama sambil bercanda atau *ngemil* (makan dengan makanan ringan).

3) Persuasi

Baik dalam media cetak maupun elektronik banyak hal yang dibaca, didengar, dan dilihat khalayak penuh dengan kepentingan persuasif. Berita-berita yang berasal dari pemerintah pada semua tingkatan mempunyai basis dasar propaganda yang bertujuan untuk mempengaruhi. Apa yang dilihat, didengar, dan dibaca khalayak dimedia didesain untuk mempengaruhinya.

Bagi Josep A. Devito (1997) fungsi persuasi dianggap sebagai fungsi yang paling penting dari komunikasi massa. Persuasi bisa datang dari berbagai macam bentuk: (a) mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang; (b) mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang; (c) menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu; (d) memperkenalkan etika, atau menawarkan sistem nilai tertentu.

4) Memajukan Kebudayaan

Memajukan kebudayaan merupakan salah satu fungsi komunikasi massa yang paling luas, meskipun paling sedikit dibicarakan. Penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan ketrampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan (Effendy, 2011: 28).

5) Pengawasan

Bagi Laswell, komunikasi massa mempunyai fungsi pengawasan, artinya, menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian yang ada di sekitar kita. Ada dua fungsi pengawasan, yaitu: *pertama*, pengawasan peringatan adalah peringatan yang dapat diinformasikan segera dan serentak, dimana pengawasan jenis ini terjadi jika media menyampaikan informasi kepada kita mengenai ancaman letusan gunung berapi, meningkatnya inflasi, atau serangan militer. *Kedua*, pengawasan instrumental yaitu yang berkaitan dengan penyebaran informasi yang berguna bagi

kehidupan sehari-hari, contohnya harga barang kebutuhan dipasar, produk-produk baru, dan lain-lain (Effendy, 2011: 29).

6) Pendidikan

Memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berguna memfungsikan secara efektif dalam masyarakat, mempelajari nilai, tingkah laku yang cocok agar diterima dalam masyarakat. Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan (Effendy, 2011: 28).

2.6.2 Elemen Komunikasi Massa

Menurut (Nurudin, 2011: 95-109). Dalam komunikasi massa pengirim sering disebut sebagai sumber (*source*) atau komunikator. Sedangkan penerima pesan yang berjumlah banyak disebut *audiens*, komunikan, pendengar, pemirsa, penonton, atau pembaca. Sementara itu, saluran dalam komunikasi massa yang dimaksud antara lain televisi, radio, surat kabar, internet, dan lain-lain. Ada beberapa elemen dalam komunikasi massa yang akan dibahas antara lain:

1) Komunikator

Komunikator dalam komunikasi massa meliputi jaringan, stasiun lokal, yang berkaitan dengan sebuah acara televisi. Jadi komunikator merupakan kumpulan orang yang bekerja sama satu sama lain dalam sebuah lembaga media massa. Ciri pada diri komunikator menunjukkan bahwa komunikator dalam komunikasi massa begitu kompleks dan tidak hanya dikelola oleh satu orang. Munculnya spesialisasi, perwakilan, dan kompleksitas yang melekat

pada diri komunikator menjadi bukti bahwa komunikator dalam komunikasi massa adalah lembaga media yang bersangkutan.

2) Isi (pesan)

Isi atau pesan yang disebarakan melalui media massa bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan kepada perseorangan atau kepada sekelompok orang tertentu. Berita dan informasi merupakan hal pokok yang harus dimiliki oleh media massa. Setiap hari media massa memberikan informasi dan berbagai kejadian di seluruh dunia kepada *audience*-nya. Khususnya televisi menyediakan laporan terkini sebagai salah satu tanggung jawab menyediakan berbagai informasi kejadian diseluruh dunia kepada penontonnya.

3) *Audience*

Audience yang dimaksud dalam komunikasi massa sangat beragam, dari jutaan penonton televisi, ribuan pembaca buku atau koran, dan ratusan pendengar radio. Masing-masing audiens berbeda satu sama lain diantaranya dalam hal berpakaian, berpikir, menanggapi pesan yang diterimanya dan pengalaman. Akan tetapi, masing-masing individu bisa saling mereaksi pesan yang diterimanya. Masing-masing penonton akan mempunyai komentar yang berlainan terhadap pesan (program acara) yang sama-sama dilihatnya. Intinya adalah apapun komentar dari *audience* yang jelas program televisi atau media massa yang lain bisa menjadi topik pembicaraan sehari-hari. Pesan tersebut bisa memperluas pengetahuan pemirsa.

4) Umpan Balik

Ada dua umpan balik (*feedback*) dalam komunikasi yakni, umpan balik langsung dan umpan balik tidak langsung. Umpan balik langsung terjadi jika komunikator dan komunikan berhadapan langsung atau ada kemungkinan bisa berbicara langsung. Misalnya, dalam komunikasi antarpersona yang melibatkan dua orang atau komunikasi kelompok. Umpan balik secara tidak langsung, misalnya bisa ditunjukkan dalam surat pembaca, dalam rubrik ini biasanya sering kita lihat koreksi pembaca atas berita atau gambar yang ditampilkan media cetak. Dimana kritikan yang ditujukan pada pihak lain berdasarkan berita yang pernah dimuat.

2.7 Teknik Komunikasi

(Suranto, 2011: 114-117) perkembangan teknik dalam berkomunikasi hingga seperti sekarang ini, orang lebih mengutamakan ilmu pengetahuan sebagai dasar dalam berkomunikasi. Berdasarkan keterampilan berkomunikasi yang dilakukan komunikator teknik komunikasi dibagi menjadi empat, yaitu

2.7.1 Komunikasi Informatif

Dengan komunikasi informatif diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual. Misalnya komunikasi dengan seorang supir taksi, diperoleh informasi tentang jalur perjalanan di kota yang sering macet. Jadi dengan komunikasi informatif diperoleh suatu informasi, dan dengan informasi itu dapat dikenali dan ditemukan keadaan dunia luar yang sebelumnya tidak

diketahui. Jadi komunikasi merupakan “jendela dunia” karena dengan berkomunikasi dapat mengetahui berbagai kejadian di dunia luar.

2.7.2 Komunikasi Persuasif

Persuasif merupakan proses komunikasi yang kompleks yang dilakukan oleh individu dengan menggunakan pesan verbal maupun nonverbal yang dilakukan dengan membujuk atau memberikan dorongan yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku yang dilandasi kerelaan dan senang hati sesuai dengan pesan-pesan yang diterima. Jadi komunikasi persuasif adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mempengaruhi, mengubah pandangan, sikap dan perilaku orang atau kelompok orang (komunikan) dengan cara halus, yaitu membujuk.

Upaya mengubah pandangan, sikap dan perilaku dengan teknik persuasif merupakan salah satu fenomena yang sering terjadi di masyarakat. Untuk dapat membujuk, maka pesan komunikasi difokuskan untuk meyakinkan komunikasi bahwa permintaan atau ide komunikator sangat masuk akal, dan bahwa hal tersebut akan memberi manfaat kepada komunikan. Dengan komunikasi persuasif inilah komunikan akan melakukan apa yang dikehendaki komunikatornya, dan seolah-olah komunikan itu melakukan pesan komunikasi atas kehendaknya sendiri dengan suka rela atau tanpa paksaan. Keberhasilan komunikasi persuasif sangat ditentukan oleh cara mengorganisasi informasi yang sesuai dengan situasi psikologis dan

sosiopsikologis serta latar belakang budaya komunikan untuk mempengaruhi dalam mencapai perwujudan dari apa yang diinginkan.

2.7.3 Komunikasi Instruktif

Komunikasi instruktif menekankan pada memposisikan komunikator dalam posisi tawar yang tinggi, dimana dia dapat legitimasi untuk memerintahkan, mengajarkan, dan bahkan mengajukan satu macam ide utama yang dianggap paling baik untuk suatu program tertentu. Misalnya dalam program penataan kota. Ada beberapa warga yang melanggar peraturan dengan berjualan di tempat yang tidak diperbolehkan, karena mengganggu arus lalu lintas. Ide solusinya adalah penertiban dengan target mengosongkan kawasan itu dari pedagang kaki lima. Dengan demikian komunikasi dilakukan dengan instruktif yang harus dengan tegas. Prinsipnya, pesan yang disampaikan adalah perintah. Sudah tidak ada lagi dialog dan bujuk rayu. Jadi komunikasi instruktif cenderung sebagai pemaksaan ide komunikator kepada komunikan.

Agar komunikasi menggunakan teknik ini lebih manusiawi, kiranya pemaksaan itu tidak langsung diberlakukan secara mutlak. Misalnya dapat diinformasikan adanya penghargaan dan hukuman. Mereka yang melaksanakan pesan, akan mendapatkan penghargaan misalnya berupa penyediaan lahan sebagai tempat berjualan yang baru, sedangkan yang tidak melaksanakan pesan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

2.7.4 Hubungan Manusiawi

Hubungan manusiawi adalah terjemahan dari *human relation*. Hubungan manusiawi termasuk kedalam komunikasi antarpersonal sebab berlangsung antara dua orang secara dialogis. Dikatakan bahwa hubungan manusiawi itu komunikasi karena sifatnya *action oriented*, mengandung kegiatan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Berhasilnya seseorang dalam melakukan hubungan manusiawi ialah karena ia bersifat manusiawi yaitu ramah, sopan, hormat, menaruh penghargaan, dan lain-lain sikap yang bernilai luhur (Effendy, 2011: 138-140).

Teknik komunikasi hubungan manusiawi yaitu berupa memberikan bantuan (konseling), ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi konseling dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Dalam kehidupan sehari-hari, dikalangan masyarakat pun juga dapat dengan mudah diperoleh contoh yang menunjukkan fakta bahwa komunikasi interpersonal dapat dipakai sebagai pemberian bantuan (konseling) bagi orang lain yang memerlukan.

Tujuan konseling ialah untuk membantu memecahkan masalahnya sendiri atau mengusahakan terciptanya suasana yang menimbulkan keberanian untuk memecahkan masalahnya. Konselor hanya memberikan nasehat, konseling sendiri yang harus mengambil kesimpulan dan keputusan berdasarkan jalan yang dipilihnya sendiri, aspek ini menyangkut perasaan.

Tanpa disadari setiap orang ternyata sering bertindak sebagai konselor maupun konseli dalam interaksi sehari-hari. Misalnya di suatu perusahaan,

dalam hal ini konseling adalah komunikasi antara pimpinan dengan karyawan. Konselornya adalah manajer atau pimpinan. Sedangkan konselinya adalah karyawan yang menghadapi suatu masalah. Tujuan dari konseling yaitu (1) membantu karyawan memecahkan masalahnya sendiri, (2) memecahkan masalah yang berkaitan dengan hubungan antar karyawan, (3) mengusahakan adanya suatu suasana yang menimbulkan keberanian untuk memecahkan masalah yang mungkin ada.

2.8 Landasan Teori

2.8.1 Teori Komunikasi Nonverbal

Teori komunikasi nonverbal adalah sejumlah perilaku yang digunakan untuk menyampaikan makna. Jude Borgoon menggambarkan sistem kode nonverbal memiliki sejumlah perangkat struktural. Kode nonverbal cenderung bersifat analog daripada digital. Sinyal digital bersifat terpisah (*discrete*), seperti angka dan huruf, sedangkan sinyal analog bersifat bersambungan (*continuous*) yang membentuk suatu spektrum atau tingkatan, seperti tingkat suara dan tingkat terang cahaya. Karena itu, nonverbal seperti ekspresi wajah dan intonasi vokal tidak dapat dikelompokkan kedalam kategori terpisah, tetapi lebih merupakan suatu gradasi atau tingkatan (Morissan, 2013: 92-93). Kode nonverbal memungkinkan sejumlah pesan yang disampaikan secara serentak, misalnya ekspresi wajah, tubuh, suara, dan tanda lainnya dapat dikirim sekaligus. Tidak hanya itu, nonverbal sering kali ditunjukkan secara spontan dan otomatis tanpa berpikir, misalnya ketika seseorang merasa cemas, sering kali bermain-main dengan rambut atau menggoyangkan kaki.

2.8.2 Tipe Tanda Nonverbal

Sistem tanda nonverbal sering dikelompokkan menurut tipe aktivitas atau kegiatan yang digunakan didalam tanda tersebut, yang menurut Burgoon terdiri dari enam yaitu *kinesik*, *paralanguage*, *haptics*, *proxemics*, tampilan fisik, dan *oculesics* (Morissan, 2013: 93-95).

2.8.2.1 Kinesik

Istilah populer untuk *kinesik* adalah bahasa tubuh (*body language*) atau sikap tubuh (*gestures*), gerak tangan, dan ekspresi wajah. Ketika Najwa berkomunikasi dengan narasumber, seperti ekspresi wajah akan selalu berubah tanpa melihat apakah sedang berbicara atau sedang mendengarkan. Orang-orang yang terlibat dalam tidak komunikasi sering menggerakkan kepala dan tangannya dalam interaksi yang sedang berlangsung. Dengan tersenyum juga, peserta komunikasi yang terlibat mengindikasikan bahwa mereka tertarik dengan persoalan yang sedang diperbincangkan.

2.8.2.2 Paralanguage

Salah satu bagian dari *paralanguage* adalah *vocal* yaitu pesan-pesan auditori yang diciptakan dalam proses bicara. Bagaimana nada berbicara, nada suara, keras atau lemahnya suara, kecepatan berbicara dan intonasi. Najwa menggunakan paralanguage yang memiliki nada suara, kecepatan berbicara yang berbeda-beda, dan intonasi yang berbeda pula. Hal itu dilakukan untuk menambah ketegasan dan keyakinan Najwa dalam mengajukan pertanyaan kepada narasumber. Oleh karena itu, orang yang mendengarkan khususnya narasumber dapat membedakan mana

pertanyaan yang merupakan memojokkan, mengharuskan berbicara, sindiran, dan sebagainya.

2.8.2.3 Haptics

Haptics atau sentuhan atau kontak tubuh sebagai cara terbaik untuk mengkomunikasikan sikap pribadi, baik yang positif atau negatif. Frekuensi sentuhan merupakan indikator tentang kedekatan, persahabatan, dan keakraban yang dilakukan oleh Najwa kepada narasumber. Contohnya berjabat tangan, berpelukan, menyentuh lengan dan sebagainya.

2.8.2.4 Proxemics

Proxemics atau kedekatan untuk menunjukkan adanya ruang atau teritorial baku dan ruang personel dalam berkomunikasi. Kedekatan dapat membangun jarak antara komunikator yaitu Najwa dan komunikan yaitu narasumber. Semakin dekat jarak diantara keduanya maka semakin menunjukkan pula keakraban. Sebaliknya, semakin jauh jarak diantara keduanya maka semakin jauh dan formal pula suasana komunikasinya.

2.8.2.5 Tampilan Fisik

Istilah ini menunjukkan pesan nonverbal yang berupa tampilan fisik seperti busana, perhiasan yang dipakai, dan sebagainya. Tampilan fisik merupakan sesuatu hal yang mudah dilakukan namun jika tidak tepat dalam memadukan busana, perhiasan, rambut, dan sebagainya yang sesuai dengan acara, situasi dan kondisi yang terjadi maka akan terlihat norak atau berlebihan. Hal itu sama dilakukan oleh Najwa, terampil dalam memadukan busana dan perhiasan yang

dipakai sesuai dengan tempat dan siapa lawan bicaranya agar terlihat menarik dalam membawakan acara Mata Najwa di Metro TV.

2.8.2.6 *Oculesics*

Istilah *oculesics* menunjuk pada pesan yang disampaikan melalui mata. Mata juga merupakan saluran komunikasi nonverbal yang penting, tidak hanya selama interaksi atau wawancara sedang berlangsung tetapi juga sebelum dan sesudah interaksi berakhir. Hal ini sama dilakukan oleh Najwa yang menarik dalam memainkan mata, yaitu berkaitan dengan kontak mata yang tepat sasaran dalam membagi penglihatan antara fokus terhadap narasumber, pandangan mata ke kamera, dan penonton di studio.

2.9 Tinjauan Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi interpersonal pada hakikatnya merupakan salah satu bentuk dari komunikasi pribadi. Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indera untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepada komunikan kita. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Kenyataannya komunikasi tatap-muka ini membuat manusia merasa lebih akrab

dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi lewat media massa (Mulyana, 2002: 73).

Komunikasi antarpribadi juga mempunyai banyak definisi sesuai dengan persepsi ahli-ahli komunikasi yang memberikan batasan pengertian. Agus M. Hardjana (2003) mengatakan komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.

Sedangkan Deddy Mulyana (2008) mengatakan bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Dapatlah dikemukakan pengertian yang sederhana, bahwa komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim pesan dengan penerima baik secara langsung apabila pihak-pihak yang terlibat komunikasi dapat saling berbagi informasi tanpa melalui media. Sedangkan komunikasi tidak langsung dicirikan oleh adanya penggunaan media tertentu (Suranto, 2011: 3).

Adapun bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi dapat dibedakan atas dua bagian, pertama komunikasi diadik (*dyadic communication*), yakni komunikasi yang berlangsung antara dua orang. Orang pertama adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi adalah komunikan yang menerima pesan tersebut. Dalam komunikasi ini komunikator selalu memusatkan perhatiannya hanya kepada diri komunikan seorang tersebut, sehingga ketika dialog antara

keduanya selalu berlangsung serius dan intensif. Bentuk komunikasi lainnya adalah komunikasi triadik (*triadic communication*), yakni komunikasi antarpribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan. Jika misalnya A yang menjadi komunikator, maka ia pertama-tama akan menyampaikan komunikasi kepada B, kemudian kalau dijawab atau ditanggapi akan beralih pada komunikan C secara berdialogis (Rohim, 2009: 70).

Apabila dibandingkan dengan komunikasi triadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator lebih memusatkan perhatiannya kepada seorang komunikan, sehingga seorang komunikator dapat menguasai *frame of refence* komunikan sepenuhnya. Selain itu umpan balik yang berlangsung juga terjadi, hal ini disebabkan karena proses komunikasi yang berlangsung efektif, seperti yang dijelaskan diatas.

2.9.1 Ciri-Ciri Komunikasi Antarpribadi

(Suranto, 2011: 14-15) mengatakan komunikasi antarpribadi merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Maka dapat dikemukakan ciri-ciri komunikasi antarpribadi adalah

2.9.1.1 Arus Pesan Dua Arah

Komunikasi antarpribadi menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah. Artinya komunikator dan komunikan dapat berganti peran secara cepat. Seorang sumber pesan, dapat berubah peran

sebagai penerima pesan, begitu pula sebaliknya. Arus pesan secara dua arah ini berlangsung secara berkelanjutan.

2.9.1.2 Umpan Balik Segera

Karena komunikasi antarpribadi biasanya mempertemukan para pelaku komunikasi secara bertatap muka, maka umpan balik dapat diketahui dengan segera. Seorang komunikator dapat segera memperoleh balikan atas pesan yang disampaikan dari komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal. Misalnya seorang komunikator menawarkan sesuatu kepada komunikan, apakah komunikan menerima atau menolak tawaran tersebut, oleh karena itu dapat diketahui dengan segera melalui respon verbal maupun nonverbal. Respon verbal berupa kata-kata seperti setuju, tidak setuju, pikir-pikir, dan sebagainya. Sementara respon nonverbal berupa gelengan atau anggukan kepala, raut muka, dan sebagainya.

2.9.1.3 Peserta Komunikasi Berada dalam Jarak yang Dekat

Komunikasi antarpribadi merupakan metode komunikasi antar individu yang menuntut agar peserta komunikasi berada dalam jarak dekat, baik jarak dalam arti fisik maupun psikologis. Jarak yang dekat dalam arti fisik, artinya para pelaku saling bertatap muka, berada pada satu lokasi tempat tertentu. Sedangkan jarak yang dekat secara psikologis menunjukkan keintiman hubungan antar individu.

2.9.1.4 Peserta Komunikasi Mengirim dan Menerima Pesan secara Simultan dan Spontan baik Verbal maupun Nonverbal

Untuk meningkatkan keefektifan komunikasi antarpribadi, peserta komunikasi dapat memberdayakan pemanfaatan kekuatan pesan verbal maupun nonverbal secara simultan. Peserta komunikasi berupaya saling meyakinkan dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat sesuai tujuan komunikasi.

2.9.2 Proses Komunikasi Antarpribadi

Proses komunikasi ialah langkah-langkah yang menggambarkan teradinya kegiatan komunikasi. Secara sederhana proses komunikasi antarpribadi yaitu

- A. Keinginan berkomunikasi, seorang komunikator mempunyai keinginan untuk berbagi gagasan dengan orang lain.
- B. *Encoding* oleh komunikator, *encoding* merupakan tindakan memformulasikan isi pikiran atau gagasan ke dalam simbol-simbol, kata-kata, dan sebagainya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampaiannya.
- C. Pengiriman pesan, untuk mengirim pesan kepada orang yang dikehendaki, komunikator memilih saluran komunikasi secara tatap muka, telepon, surat, dan sebagainya. Pilihan atas saluran yang akan digunakan tersebut bergantung pada karakteristik pesan, lokasi penerima, media yang tersedia, kebutuhan tentang kecepatan, penyampaian pesan, dan karakteristik komunikasi.

- D. Penerimaan pesan, pesan yang dikirim oleh komunikator telah diterima oleh komunikan.
- E. *Decoding* oleh komunikan, *decoding* merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam-macam data dalam bentuk “mentah” berupa kata-kata dan simbol-simbol yang harus diubah kedalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna. Dengan demikian, decoding adalah proses memahami pesan apabila semua berjalan lancar, komunikan tersebut menterjemahkan pesan yang diterima dari komunikator dengan benar, memberi arti yang sama pada simbol-simbol sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator.
- F. Umpan balik, setelah menerima pesan dan memahaminya, komunikan memberikan respon atau umpan balik. Dengan umpan balik ini, seorang komunikator dapat mengevaluasi efektivitas komunikasi. Umpan balik ini biasanya juga merupakan awal dimulainya suatu siklus proses komunikasi baru sehingga proses komunikasi berlangsung secara berkelanjutan.

2.10. Kerangka Pikir

Ilmu bicara yang sebenarnya diperlukan setiap orang dan kemampuan untuk mengungkapkan isi hatinya dengan bunyi yang dikeluarkan dari mulutnya. Lama sebelum lambang-lambang tulisan digunakan, orang sudah menggunakan bicara sebagai alat komunikasi. Bahkan setelah tulisan ditemukan sekalipun, bicara tetap lebih banyak digunakan. Ada beberapa kelebihan bicara yang tidak dapat digantikan dengan tulisan. Bicara lebih akrab, lebih pribadi (personal), lebih manusiawi. Tidak mengherankan, bila “ilmu bicara” telah dan sedang menjadi perhatian manusia (Rakhmat, 2001: 1). Kemampuan Najwa Shihab dalam

membawakan suatu acara menjadi poin penting dalam menarik perhatian pemirsa. Dalam membawakan acara *talkshow* dimana seorang presenter harus berhadapan dengan beberapa orang narasumber, kemampuan berkomunikasi yang baik menjadi sebuah keharusan.

PT. Media Televisi Indonesia memperoleh lisensi penyiaran untuk Metro TV pada 25 Oktober 1999. Ini adalah anak perusahaan dari Media Group, yang dipimpin oleh Surya Paloh, CEO / Presiden perusahaan, yang banyak pengalaman di industri media lokal dan penerbit surat kabar nasional terbesar ketiga di Indonesia yaitu Media Indonesia. Dari *start up* tenaga kerja dari 280 karyawan perusahaan kini mempekerjakan lebih dari 1200 orang, sebagian besar di daerah ruang berita dan produksi. Pada 25 November 2000. Metro TV mengudara untuk pertama kalinya dalam serangkaian percobaan siaran tujuh kota. Pada awalnya disiarkan hanya dua belas jam sehari, sejak tanggal 1 April 2001, Metro TV mulai siaran selama 24 jam (www.metrotvnews.com diakses 21 September 2015).

Peneliti telah menentukan tiga episode program acara Mata Najwa di Metro TV yaitu Habibie & Suara Anak Negeri, Darah Muda, dan Mereka yang Perkasa. Dari ketiga episode ini, akan diteliti untuk mengetahui bahasa verbal dan nonverbal yang dilakukan oleh Najwa Shihab dalam melakukan wawancara terhadap narasumber. Bahasa verbal yang terdiri dari kata dan kalimat, sedangkan bahasa nonverbal terdiri dari bahasa tubuh, gerakan mata, sentuhan, *paralanguage*, ekspresi wajah, dan penampilan fisik. Kemudian setelah mengetahui bahasa verbal dan nonverbal dapat diketahui teknik-teknik komunikasi yang dilakukan

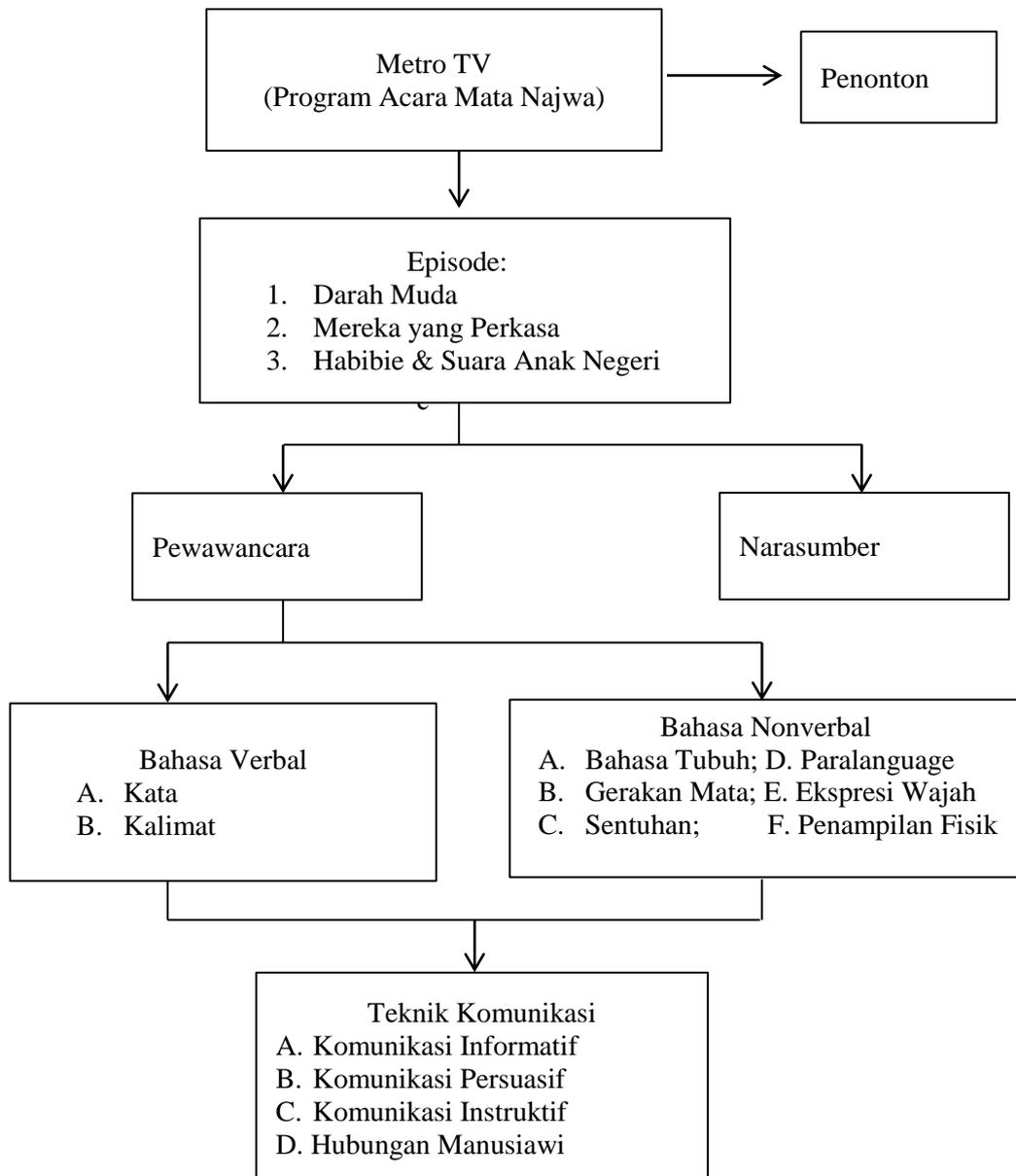
oleh Najwa yaitu komunikasi informatif, komunikasi persuasif, komunikasi instruktif, dan teknik hubungan manusiawi.

Peneliti menganalisis bahasa verbal dan nonverbal yang digunakan oleh Najwa Shihab dalam melakukan wawancara yang dilakukan kepada narasumber guna mengetahui bagaimana bahasa verbal dan nonverbal Najwa dan teknik komunikasi apa yang digunakan oleh Najwa. Penelitian ini diangkat dalam dimensi yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya. Peneliti menitik beratkan bahasa verbal dan nonverbal dalam konteks melakukan wawancara di program acara televisi yang datanya dapat diambil dari rekaman video. Najwa Shihab yang memiliki ciri khas atau keunikan dalam menyampaikan pesan atau pendapat bahkan ketika bertanya kepada narasumber baik verbal maupun nonverbal yang menjadikan penelitian ini menarik untuk diteliti.

Penelitian ini tidak lepas dari komunikasi massa, karena Najwa melakukan wawancara itu tidak tertutup melainkan disiarkan melalui stasiun televisi agar khalayak mengetahui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh Najwa dan mengetahui jawaban narasumber dan juga informasi apa yang ingin disampaikan. Komunikasi massa adalah komunikasi dengan melalui suatu media yaitu media elektronik dan media cetak yang disebarkan kepada khalayak luas agar mendapatkan informasi.

Penelitian ini menggunakan dalil-dalil komunikasi antarpribadi sebagai acuan teori peneliti karena dalam melakukan wawancara pasti memerlukan komunikasi antarpribadi untuk menjalin hubungan dengan orang lain atau antara pewawancara dengan narasumber bukanlah sekedar ingin membangun relasi atau hubungan

saja, hubungan suatu aktivitas yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Seperti mengenal secara dekat, saling memerlukan, keterbukaan, kerjasama, dan sebagainya yang dilakukan oleh pewawancara dengan lawan bicaranya yaitu narasumber. Berikut kerangka pikir yang dapat dilihat pada bagan.



Gambar 2.9 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Catherine Marshal kualitatif didefinisikan sebagai suatu proses yang mencoba untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia. Definisi diatas menunjukkan beberapa kata kunci dalam riset kualitatif yaitu proses, pemahaman, kompleksitas, interaksi, dan manusia. Proses dalam melakukan penelitian merupakan penekanan dalam riset kualitatif oleh karena itu dalam melaksanakan penelitian, peneliti lebih berfokus pada proses dari pada hasil akhir. Karena proses memerlukan waktu dan kondisi berubah-ubah maka definisi riset ini akan berdampak pada desain riset dan cara-cara dalam melaksanakannya yang juga berubah-ubah atau bersifat fleksibel (Sarwono, 2006: 193).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Secara umum, penelitian kualitatif memiliki ciri, diantaranya intensif, *notes field*, analisis data lapangan, tidak ada realitas tunggal, subjektif, realitas dan *holistik, depth* (dalam), prosedur penelitian empiris rasional dan tidak berstruktur, dan hubungan antara

teori, konsep dan data-data memunculkan atau membantu teori baru.(Kriyantono, 2006:58).

3.2 Definisi Konsep

Definisi konsep adalah satuan arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri yang sama. Konsep ini mampu mengadakan abstraksi terhadap objek-objek yang dihadapi, sehingga objek-objek ditempatkan dalam golongan tertentu. Konsep sendiri pun dapat dilambangkan dalam bentuk suatu kata atau lambang bahasa (Bahri, 2008: 30). Definisi konsep dalam penelitian ini adalah:

1. Bahasa Verbal

Bahasa adalah suatu sistem lambang yang memungkinkan orang dalam berbagi makna, dalam pesan verbal, lambang bahasa yang digunakan adalah bahasa verbal baik lisan, tertulis pada kertas maupun yang tertulis dimedia teknologi. Bahasa Verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, lisan maupun tulisan. Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud mereka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat, dan bertengkar. Komunikasi verbal itu bahasa memegang peranan penting (Agus, 2003: 22-24). Ada beberapa unsur penting dalam pesan verbal, yaitu

a) Kata

Kata merupakan salah satu unsur dasar dalam berbahasa. Dengan kata-kata orang dapat berpikir, menyatakan perasaan dan menyampaikan gagasannya kepada orang lain. Dengan kata-kata pula orang dapat menjalin

persahabatan dan sebaliknya dengan kata-kata pula suatu pertengkaran, perselisihan, bahkan peperangan dapat terjadi. Oleh karena itu memilih kelompok kata atau kata yang tepat untuk menyampaikan gagasan. Kata-kata yang kita pakai harus secara tepat mengungkapkan apa yang ingin kita sampaikan (Suyanto, 2009: 70).

b) Kalimat

Kalimat ialah beberapa unsur-unsur kata yang disusun secara sadar untuk mencapai daya informasi yang diinginkan oleh penulis terhadap pembacanya. Disamping itu kalimat yang efektif selalu tetap berusaha agar gagasan pokok selalu mendapat tekanan atau penonjolan dalam pikiran pembicara kepada pendengar, komunikasikan kepada komunikator, dan pengirim pesan kepada penerima pesan yang memiliki tafsiran sama (Suyanto, 2009: 58).

2. Bahasa Nonverbal

Bahasa nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk nonverbal, tanpa kata-kata. Dalam hidup nyata komunikasi nonverbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi nonverbal ikut terpakai. Karena itu, komunikasi nonverbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi nonverbal lebih jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan (Agus, 2003: 26). Pesan nonverbal dapat berupa bahasa tubuh, tanda, tindakan atau perbuatan atau objek. Bahasa tubuh yang berupa raut wajah, gerak kepala, gerak tangan. Gerak-gerak tubuh mengungkapkan berbagai perasaan, isi hati, isi pikiran,

kehendak dan sikap orang merupakan salah satu bentuk komunikasi nonverbal (Marhaeni, 2009: 81). Peneliti telah menentukan bahwa dalam penelitian ini pesan nonverbal yang akan diteliti yaitu bahasa tubuh, gerakan mata, sentuhan, *paralanguage*, ekspresi wajah, dan penampilan fisik.

3. Wawancara Najwa Shihab

Wawancara selain mendiskusikan atau bertanya jawab tentang suatu hal yang penting juga sebagai salah satu metode pengumpulan informasi. Apabila wawancara dilaksanakan dalam siaran berita (media TV dan radio) atau untuk mendapatkan informasi untuk dijadikan berita disebut dengan wawancara berita. Dengan demikian yang disebut dengan wawancara adalah proses kegiatan mendapatkan dan menyajikan informasi penting dalam bentuk tanya jawab antara pewawancara (*interviewer*) dengan narasumber (*source*) (Yosef, 2009: 34).

Peneliti menentukan video rekaman *Mata Najwa* sebagai bahan dalam penelitian ini. Dimana dari rekaman video ini peneliti menganalisis bahasa verbal dan nonverbal Najwa pada saat melakukan wawancara terhadap narasumber. Peneliti menentukan tiga episode yang berjudul Darah Muda, Mereka yang Perkasa, dan Habibie & Suara Anak Negeri. Dalam mewawancarai narasumber, seorang presenter atau pewawancara harus berhadapan dengan beberapa orang narasumber, kemampuan berkomunikasi yang baik menjadi sebuah keharusan dalam membawakan acara. Najwa Shihab berusaha menggali data dan fakta dari narasumber. Tugas seorang presenter atau pewawancara sebagai jurnalis adalah untuk mencari jawaban

dari narasumber berdasarkan tema yang dibawakan dan narasumber diarahkan sesuai keinginan pewawancara.

4. Teknik Komunikasi

Teknik komunikasi merupakan cara atau proses penyampain pesan oleh seseorang pada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara langsung, secara lisan maupun tak langsung melalui media. Komunikasi berdasarkan tekniknya dapat dibedakan menjadi komunikasi informatif, komunikasi instruktif, komunikasi persuasif, dan hubungan manusiawi.

Teknik komunikasi informatif adalah komunikasi yang diperoleh untuk mendapatkan berbagai informasi-informasi baru dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual. Informasi tersebut dapat ditemukan keadaan dunia luar yang sebelumnya tidak diketahui. Teknik komunikasi persuasif adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh individu dengan menggunakan pesan verbal maupun non verbal yang dilakukan dengan membujuk atau memberikan dorongan yang bertujuan untuk mengubah sikap dan perilaku orang dengan cara halus yaitu membujuk yang dilandasi kerelaan dan senang hati sesuai dengan pesan-pesan yang diterima.

Teknik komunikasi instruktif adalah komunikasi yang menekankan pada komunikator dalam posisi tawar yang tinggi, dimana dia dapat legitimasi untuk memerintah, mengajarkan, dan mengajukan satu ide utama yang dianggap paling baik, dilakukan dengan tegas dan harus. Teknik komunikasi hubungan manusiawi adalah berupa memberikan bantuan (konseling) dalam

kegiatan profesional untuk mengarahkan kliennya dalam membantu memecahkan masalahnya sendiri atau mengusahakan terciptanya suasana yang menimbulkan keberanian untuk memecahkan masalahnya.

3.3 Fokus Penelitian

Untuk mengetahui teknik komunikasi yang digunakan oleh Najwa Shihab yang terdiri dari Teknik komunikasi informatif, teknik komunikasi persuasif, teknik komunikasi instruktif, dan teknik hubungan manusiawi dengan melalui pengamatan terhadap bahasa verbal dan nonverbal yang digunakan Najwa Shihab pada saat melakukan wawancara di tiga episode acara Mata Najwa yaitu Habibie & Suara Anak Negeri, Darah Muda, dan Mereka yang Perkasa. Peneliti mengelompokkan aspek-aspek dalam proses wawancara yang terdiri dari pembukaan wawancara, batang tubuh wawancara, dan penutupan wawancara yang akan dilihat bahasa verbal (kata dan kalimat) dan bahasa non verbal (bahasa tubuh, gerakan mata, sentuhan, *paralanguage*, ekspresi wajah, penampilan fisik) yang digunakan oleh Najwa Shihab dalam mewawancarai narasumber di program acara Metro TV sebagai aspek yang diteliti.

Peneliti memfokuskan tiga episode untuk menganalisis bahasa verbal dan nonverbal Najwa Shihab dalam melakukan wawancara pada narasumber di acara Mata Najwa di Metro TV. Peneliti memilih tiga episode yaitu Darah Muda, Mereka yang Perkasa, dan Habibie & Suara Anak Negeri. Peneliti memilih tiga episode ini karena dari ketiga episode ini memiliki karakter yang sama yaitu tidak terkait dengan konten politik melainkan menyangkut pendidikan, menambah pengetahuan, inspiratif, masalah sosial yang menyangkut kepentingan masyarakat

luas dan tidak mementingkan kepentingan sekelompok orang. Peneliti memfokuskan tiga episode agar penelitian ini tidak menjangkau terlalu luas dan menurut peneliti, dengan tiga episode ini sudah mewakili penelitian yang peneliti lakukan.

Peneliti menggunakan teori atau dalil-dalil komunikasi antarpribadi sebagai acuan peneliti mengenai keterkaitan antara melakukan wawancara dengan komunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi tatap muka, maka pewawancara dan narasumber dapat melihat bagaimana raut wajahnya masing-masing. Pemahaman terhadap ekspresi wajah sangat penting karena melalui ekspresi wajah dapat melihat atau membaca makna suatu pesan sehingga dapat memperkirakan apakah ada kesesuaian dengan pesan verbal yang disampaikan.

3.4 Sumber Data

Menurut (Sarwono, 2006: 16-17) sumber-sumber penelitian dibedakan berdasarkan jenis data yang diperlukan secara umum dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama atau data yang langsung dikumpulkan dari peneliti yang sumber utamanya yaitu video rekaman program acara Mata Najwa yang terdiri dari tiga episode yaitu Darah Muda, Mereka Yang Perkasa, dan Habibie & Suara Anak Negeri yang diperoleh dari situs *youtube*.
2. Sumber data sekunder merupakan data yang mendukung data primer atau menggunakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai sarana untuk memperoleh data/informasi untuk menjawab masalah yang diteliti. Penelitian

ini menggunakan studi kepustakaan meliputi membaca dan mengutip sumber tertulis seperti buku, dokumen, internet dan arsip lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

3.5 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian diantaranya ialah:

1. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap dan akurat serta dapat dipertanggungjawabkan kebenaran data dari penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a) Observasi

Kegiatan observasi meliputi melakukan pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Pada tahap observasi dilakukan secara umum, peneliti mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin. Tahap selanjutnya peneliti harus melakukan observasi yang terfokus, yaitu mulai menyempitkan data atau informasi yang diperlukan sehingga peneliti dapat menemukan pola-pola perilaku dan hubungan yang terus menerus terjadi. Jika hal itu sudah ditemukan, maka peneliti dapat menemukan tema-tema yang akan diteliti (Sarwono, 2006: 224).

Observasi yang peneliti gunakan merupakan data yang diperoleh dengan mencari dan mengumpulkan video rekaman yang dikelompokkan, seperti pemilihan kata, kalimat, ekspresi wajah, yang sesuai dengan tujuan, ruang

waktu, situasi, dan siapa lawan bicara. Kemudian peneliti mengobservasi teknik komunikasi Najwa Shihab yang terdapat pada program acara televisi Mata Najwa Di Metro TV yang disiarkan *on air* dan melihat dari sudut pandang secara verbal maupun nonverbal.

b) Dokumentasi

Kajian dokumen merupakan sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, dan bahan-bahan tulisan lainnya. Metode pencarian data ini sangat bermanfaat karena dapat dilakukan dengan tanpa mengganggu objek atau suasana penelitian (Sarwono, 2006: 225).

Peneliti mempelajari dokumen-dokumen tersebut dapat mengenal budaya dan nilai-nilai yang dianut oleh objek yang diteliti. Penggunaan dokumen ini berkaitan dengan apa yang disebut analisis. Caranya yaitu peneliti menganalisis dokumen dengan memeriksa dokumen secara sistematis bentuk-bentuk komunikasi yang dituangkan secara tertulis dalam bentuk dokumen secara obyektif.

c) Studi Pustaka

Pada tahapan ini peneliti melakukan apa yang disebut dengan kajian pustaka, yaitu mempelajari buku-buku referensi dan hasil penelitian sejenis sebelumnya yang pernah dilakukan oleh orang lain. Tujuannya ialah untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti. Teori merupakan pijakan bagi peneliti untuk memahami persoalan

yang diteliti dengan benar dan sesuai kerangka berpikir ilmiah (Sarwono, 2006: 26).

Studi pustaka dalam penelitian ini yang bertujuan untuk memperoleh data yang bersifat teoritis yang berasal dari buku-buku dan internet yang digunakan peneliti dengan cara mengkaji dan menganalisis sebagai literatur serta bacaan yang berkaitan penelitian ini. Studi ini digunakan peneliti untuk melengkapi dan membaca literatur sebagai bahan dan panduan peneliti dalam melakukan penelitian.

2. Teknik Analisis Data Kualitatif

Dalam analisis data kualitatif, memberikan gambaran bagaimana alur logika analisis data pada penelitian kualitatif sekaligus memberi masukan terhadap bagaimana teknik analisis data kualitatif digunakan. Teknik analisis data mencakup upaya-upaya klasifikasi lambang-lambang yang dipakai dalam komunikasi menggunakan kriteria dalam klasifikasi dan menggunakan teknik analisis tertentu dalam membuat prediksi (Bungin, 2012: 84). Adapun aktivitas dalam analisis data yaitu

a) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Peneliti menggunakan reduksi data yaitu memfokuskan hal-hal yang penting, membuang yang tidak penting, dan

merangkum data seperti hanya pewawancara yang menjadi pokok penelitian, peneliti tidak meneliti yang berkaitan dengan narasumber. Sehingga peneliti akan memperoleh kesimpulan yang jelas.

b) Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah seperangkat reduksi data juga perlu diorganisasikan ke dalam suatu bentuk tertentu sehingga terlihat sosoknya secara lebih utuh, berbentuk sketsa, sinopsis atau bentuk-bentuk lain yang diperlukan untuk memudahkan upaya pemaparan dan penegasan kesimpulan.

c) Verifikasi Data (Pengarikan Kesimpulan)

Kesimpulan (*conclusion*) merupakan temuan baru, temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran obyek dalam bentuk hubungan kausal atau interatif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2013: 253). Peneliti mencari dan mencatat pola-pola dan penjelasan dari alur yang hendak diteliti. Setelah itu peneliti membuat kesimpulan yang berkaitan dengan teknik komunikasi Najwa Shihab pada saat melakukan wawancara dalam penggunaan bahasa verbal maupun bahasa nonverbal, yang muncul dari data dan diuji kebenarannya, sehingga kesimpulan tersebut jelas fungsi dan kebenarannya.

3.6 Keabsahan Data

Menurut (Bungin, 2012: 59-61) Pada penelitian kualitatif harus memiliki kriteria atau standar kredibilitas. Menurut Lincoln dan Guba, paling sedikit ada empat standar atau kriteria utama guna menjamin keabsahan hasil penelitian kualitatif, yaitu:

A. Standar Kredibilitas

Agar hasil penelitian kualitatif memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, perlu dilakukan upaya-upaya sebagai berikut:

- 1) Memperpanjang keikutsertaan peneliti dalam proses pengumpulan data di lapangan. Peneliti telah melakukan pencarian data dalam bentuk rekaman video yang peneliti peroleh dari *youtube*. Peneliti telah mencari rekaman tersebut sejak awal Juli 2015, dengan waktu maksimal 2 jam dalam sehari. dan situs web dari tiga episode Mata Najwa yang peneliti peroleh dari <https://www.youtube.com>. Berkaitan dengan sumber video yang peneliti peroleh. Peneliti tidak menemukan situs web resmi dari Mata Najwa. Sehingga peneliti memakai sumber *youtube* sebagai sumber utama dalam video yang peneliti peroleh.
- 2) Mengecek bersama-sama dengan teman. Peneliti sudah melakukan pengecekan bersama teman, dalam melakukan pengamatan, peneliti melibatkan satu orang teman dengan menonton bersama video rekaman tiga episode yaitu episode Darah Muda, Mereka yang Perkasa, dan Habibie & Suara Anak Negeri. Setelah peneliti menonton bersama dengan teman, peneliti berdiskusi membicarakan tentang bahasa verbal dan nonverbal yang digunakan Najwa dalam melakukan wawancara. Hal ini dilakukan

agar mempermudah teman dalam berpendapat mengenai penelitian yang peneliti lakukan. Hasil pengamatan teman, peneliti lampirkan pada lembar lampiran. Fungsinya sebagai bukti bahwa dalam penelitian ini yang berkaitan dengan standar kredibilitas merupakan benar-benar mengecek bersama teman.

- 3) Melibatkan teman sejawat, peneliti telah melibatkan teman sejawat untuk berdiskusi, memberikan masukan bahkan kritik mulai awal kegiatan, proses penelitian sampai tersusunnya hasil penelitian. Dalam melakukan pengamatan, peneliti melibatkan satu orang teman agar membantu peneliti dalam bertukar pendapat dan masukan bagaimana mengetahui teknik komunikasi Najwa Shihab dan penggunaan bahasa verbal maupun nonverbal dalam melakukan wawancara terhadap narasumber. Hal ini perlu dilakukan oleh peneliti mengingat keterbatasan kemampuan peneliti, yang dihadapkan pada fenomena sosial yang diteliti.
- 4) Melakukan triangulasi, peneliti melakukan triangulasi metode yaitu dengan menggunakan metode pengumpulan data yang peneliti lakukan. Data yang dimaksudkan adalah video rekaman. Peneliti melakukan observasi yang berkaitan dengan video rekaman tiga episode Mata Najwa yaitu Mereka yang Perkasa, Habibie & Suara Anak Negeri, dan Darah Muda. Peneliti membandingkan hasil observasi dengan isi data yang ada dan berkaitan dengan video rekaman yang sejenis. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat memperoleh dan mengungkapkan gambaran yang lebih memadai dan dideskripsikan kedalam hasil dan pembahasan penelitian.

B. Standar Dependabilitas

Adanya pengecekan atau penilaian akan ketepatan peneliti dalam mengkonseptualisasikan yang diteliti merupakan cerminan dari kemantapan dan ketepatan menurut standar keabsahan data. Peneliti melakukan pemeriksaan dari semua data yang diperoleh agar dalam keseluruhan proses penelitian baik dalam kegiatan pengumpulan data, maupun dalam melaporkan hasil penelitian akan semakin memenuhi standar keabsahan data.

C. Standar Komfirmabilitas

Kualitas dan kepastian hasil penelitian, bahwa dalam penelitian ini benar adanya pengumpulan data di lapangan. Dengan memperhatikan standar-standar tersebut, maka tidak diragukan lagi penelitian kualitatif yang peneliti lakukan ini sebagai salah satu jenis penelitian yang merupakan penelitian ilmiah.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Perkembangan Televisi

Televisi mengalami perkembangan secara dramatis terutama melalui pertumbuhan televisi kabel. Transmisi televisi kabel menjangkau khalayak sampai ke pelosok negeri dengan bantuan satelit dan diterima langsung oleh layar televisi dengan menggunakan *wire* atau *microwave* yang membuka tambahan saluran televisi bagi pemirsa. Kemudian perkembangan televisi semakin marak setelah dikembangkannya *Direct Broadcasting Satellite* (DBS). Menurut catatan Agee et.al, siaran percobaan televisi di AS dimulai pada tahun 1920-an. Para ilmuwan terus menerus mengembangkan teknologi komunikasi televisi. Tahun 1948 merupakan tahun penting dalam dunia pertelevisian dengan dikembangkannya televisi komersial di AS. Sejak saat itu televisi mengalami perkembangan yang pesat dan berpengaruh luar biasa terhadap khalayak (Riswandi 2009: 10).

4.1.1 Perkembangan Televisi di Indonesia

Menurut (Riswandi 2009: 10-11) bahwa kegiatan penyiaran televisi di Indonesia dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962 bertepatan dengan dilangsungkannya pesta olah raga Asia ke 4 (Asian Games) di Senayan Jakarta. Sejak itu pula TVRI dipergunakan sebagai *station call* sampai sekarang. Selama tahun 1962-1963

TVRI mengudara rata-rata satu jam sehari dengan segala kesederhanaannya. Sesuai dengan keinginan masyarakat dan kepentingan pemerintah, pada tanggal 16 Agustus 1976 Presiden Soeharto meresmikan penggunaan satelit Palapa untuk keperluan telekomunikasi dan televisi, dan seiring dengan itu dimulailah era baru bagi perkembangan pertelevisian di Indonesia. Pada akhir 1980-an dan tahun 1990-an bermunculan beberapa televisi swasta di Indonesia seperti RCTI, SCTV, Indosiar, TPI, dan ANTV.

Setelah pemerintahan Soeharto (Orde Baru) jatuh pada bulan Maret 1998 oleh gerakan reformasi, bermunculan pula televisi swasta lainnya seperti Metro TV, Trans TV, Global TV, dan berkembang pula, televisi berlangganan yang menyajikan berbagai program dalam dan luar negeri. Setelah Undang-Undang Penyiaran disahkan pada tahun 2002, jumlah televisi baru di Indonesia terus bermunculan, khususnya di daerah, yang terbagi dalam tiga kategori, yaitu televisi publik, swasta, berlangganan dan komunitas.

Sampai Juli 2002 jumlah orang yang memiliki pesawat televisi di Indonesia mencapai 25 juta. Sekarang ini, penonton televisi Indonesia memiliki banyak pilihan dalam menikmati berbagai program televisi. Televisi merupakan salah satu medium paling favorit bagi para pemasang iklan di Indonesia. Media televisi merupakan industri padat modal, padat teknologi, dan padat sumber daya manusia.

4.1.2 Sejarah Metro TV

Metro TV adalah sebuah stasiun televisi swasta Indonesia yang didirikan oleh PT Media Televisi Indonesia. PT Media Televisi Indonesia memperoleh lisensi penyiaran untuk Metro TV pada 25 Oktober 1999. Ini adalah anak perusahaan dari Media Group, yang dipimpin oleh Surya Paloh, CEO/Presiden perusahaan. Surya paloh merintis usahanya di bidang pers sejak mendirikan surat kabar harian Prioritas, yang di brebel oleh pemerintah pada 29 Juni 1987 karena dinilai terlalu berani. Pada tahun 1989, Surya Paloh mengambil alih Media Indonesia, yang kini tercatat sebagai surat kabar nasional terbesar ketiga di Indonesia. Media Indonesia. Dari *start up* tenaga kerja dari 280 karyawan perusahaan kini mempekerjakan lebih dari 1200 orang, sebagian besar di daerah ruang berita dan produksi (<http://www.metrotvnews.com/aboutus> diakses 21 September 2015).

Metro TV mengudara untuk pertama kalinya pada 25 November 2000 di Jakarta untuk pertama kalinya dalam serangkaian percobaan siaran tujuh kota. Pada awalnya hanya bersiaran 12 jam sehari. Sejak 1 April 2001, Metro TV mulai bersiaran selama 24 jam (<http://www.metrotvnews.com/aboutus> diakses 21 September 2015). Metro TV bertujuan untuk menyebarkan informasi dan berita ke seluruh Indonesia. Selain bermuatan berita, Metro TV juga menayangkan beragam program informasi mengenai kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum, seni dan budaya guna mencerdaskan bangsa.

Metro TV terdiri dari 70% berita (*news*), yang ditayangkan dalam 3 bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin, ditambah dengan 30% program non berita (*non news*) yang edukatif. Metro TV dapat ditangkap secara teresterial di 280 kota

yang terbesar di tanah air Indonesia yang di pancarkan dari 52 transmisi (http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/487/jbptunikompp-gdl-yaserdwiya-24311-1-unikom_y-1.pdf diakses 02 Februari 2016). Metro TV merupakan stasiun televisi swasta yang menampilkan banyak informasi berita dibandingkan hiburan ataupun iklan. Banyak stasiun televisi lain hanya sedikit menampilkan informasi berita, melainkan hiburan yang tidak penting, oleh karena itu Metro TV mempunyai keunggulan tersendiri dan berbeda di bandingkan dengan stasiun televisi swasta lainnya yang ada di Indonesia. Banyak orang yang tertarik dengan Metro TV karena stasiun televisi ini sudah menjadi sumber jika orang ingin mengetahui informasi-informasi mengenai hal-hal baru. Metro TV tidak hanya menampilkan informasi atau berita dalam negeri, tetapi juga internasional ditampilkan dalam berita atau informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia.

Mungkin tantangan terbesar bagi perusahaan pada tahap awal adalah kebutuhan untuk membangun infrastruktur, fasilitas dan tim, semua dalam skala waktu singkat sembilan bulan. Meskipun ini adalah kerja keras pengalaman yang diperoleh sangat berharga dalam membentuk tim yang *solid*, profesional, dan berpengalaman yang sudah diuji dalam kondisi yang menantang. Perusahaan telah membawa gelombang baru dari gaya hidup dan kualitas program alternatif hiburan untuk melengkapi dominasi di sektor industri berita. Metro TV telah memelopori perspektif baru dan unik yang berkaitan dengan jenis program sekaligus meningkatkan cara informasi disajikan. Produksi canggih dan *stylish* dari Metro TV telah membawa kehidupan baru ke dalam industri (<http://www.metrotvnews.com/aboutus> diakses 21 September 2015).

Keinginan untuk menjadi yang terbaik adalah *antusiasme* perusahaan dan pendekatan multi-dimensi untuk kebutuhan pemrograman. Perusahaan juga memiliki tanggung jawab ke arah pemegang saham dan karyawan secara sungguh-sungguh. Untuk mencapai tingkat pertumbuhan yang signifikan, keuntungan dan untuk meningkatkan aset, kesejahteraan dan kualitas hidup karyawan Metro TV tetap menjadi hal yang paling utama.

4.1.3 Identitas Metro TV

Identitas Metro TV merupakan kejelasan atau informasi-informasi yang berkaitan dengan perusahaan Metro TV, didalamnya terdapat sebagai berikut (<http://www.metrotvnews.com/aboutus> diakses 21 September 2015).

- (a) Nama perusahaan : PT Media Televisi Indonesia
- (b) Alamat perusahaan : Jl. Pilar Mas Raya Kav. A-D, Kedoya - Kebon Jeruk, Jakarta 11520 – Indonesia
- (c) Telepon : (021) 58300077
- (d) *Fax* : (021) 58300066
- (e) *website* : www.metrotvnews.com
- (f) slogan : Metro TV *Knowledge to Elevate*

4.1.4 Visi dan Misi Metro TV

Setiap perusahaan tidak hanya perusahaan media melainkan perusahaan yang lain juga memiliki visi dan misi, dimana visi dan misi dari masing-masing perusahaan memiliki tujuan dan keinginan yang dicapai agar perusahaan bisa berkembang maju dan bermanfaat tidak hanya untuk karyawannya, negara, bahkan untuk masyarakat luas. Khususnya perusahaan media sebagai lembaga untuk

menyiarkan informasi mengenai berita, hiburan, dan sebagainya yang dikomunikasikan untuk masyarakat atau khalayak luas, agar khalayak bisa mendapatkan informasi yang bermanfaat. Visi dan misi Metro TV sebagai berikut (<http://www.metrotvnews.com/aboutus> diakses 21 September 2015):

Visi

Untuk menjadi stasiun televisi yang berbeda dengan stasiun televisi lainnya dan menjadi nomor satu di Indonesia dalam program beritanya, menyajikan program hiburan dan gaya hidup yang berkualitas. Memberikan konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang iklan.

Misi

- (a) Untuk membangkitkan dan mempromosikan kemajuan bangsa dan negara melalui suasana yang demokratis, agar unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung tinggi moral dan etika.
- (b) Untuk memberikan nilai tambah di industri pertelevisian dengan memberikan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda dan memberikan hiburan yang berkualitas.
- (c) Untuk mencapai kemajuan yang signifikan dengan membangun dan menambah aset, untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan para karyawannya dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang saham.

4.1.5 Logo dan Arti Logo Metro TV

Logo Metro TV dalam kehadirannya tidak hanya dimaksudkan sebagai simbol, tetapi berfungsi membangun citra atau *image* yang cepat dan tepat dari masyarakat terhadap perusahaan Metro TV. Melalui logo, khalayak atau masyarakat bisa mengetahui, mengenal, memahami, sekaligus menghafal karakter Metro TV. Logo merupakan simbol atau ciri khas dan identitas setiap perusahaan, khususnya perusahaan media.



Gambar 4.1 Logo Metro TV

(Sumber: <http://www.metrotvnews.com/aboutus> diakses 04 Januari 2016)

Peneliti tidak dapat menemukan sumber dari arti logo yang langsung dari akses Metro TV, melainkan sumber lain dari jurnal. Logo Metro TV terdiri dari telur emas, *elips*, dan elang (<http://elib.unikom.ac.id> diakses 02 Februari 2016).

Penjelasan logo Metro TV diantaranya yaitu:

- (a) Telur emas merupakan simbol kesempurnaan yang merupakan gambaran perusahaan media yang secara terstruktur kokoh, akurat, dan artistik. Simbol emas sebagai simbol puncak prestasi dan puncak kualitas.
- (b) *Elips* sebagai simbol citraan lingkaran yang tampil miring kekanan sebagai simbol bergerak, dinamis, cakrawala angkasa, dan satelit yang erat berkaitan dengan citraan dunia elektronik dan penyiaran.

- (c) Elang sebagai simbol kewibawaan, kemandirian, dan wawasan. Simbol kejelian, awas, tajam, tangkas, namun penuh keanggunan dalam bergerak.

Logo Metro TV, dalam bentuknya berlandaskan pada hal-hal berikut yaitu tidak rumit, memberi kesan *global* dan *modern*, menarik untuk dilihat, mudah diingat, berwibawa namun familiar, dinamis dan lugas.

4.2 Logo dan Sejarah Singkat Mata Najwa



Gambar 4.2 Logo Mata Najwa

(Sumber: <http://www.matanajwa.com> diakses 04 Januari 2016)

Mata Najwa disiarkan perdana pada sejak 25 November 2009, Mata Najwa konsisten menghadirkan topik-topik menarik dengan narasumber kelas satu. Sejumlah tamu istimewa telah hadir dan berbicara di Mata Najwa, diantaranya mantan Presiden RI, BJ Habibe, mantan Wakil Presiden Jusuf Kalla, Menteri BUMN Dahlan Iskan dan mantan Gubernur DKI Jakarta Joko Widodo. Mata Najwa juga pernah menghadirkan gambar eksklusif di dalam sel tahanan Lapas Sukamiskin dan Rutan Cipinang dalam episode “Penjara Istimewa”. Di tayangan tersebut, Najwa Shihab ikut melakukan inspeksi mendadak dan berbincang langsung dengan terpidana kasus korupsi yaitu yang terdiri dari Gayus H. Tambunan, Adrian Waworuntu, Agusrin Najamuddin, dan Anggodo Widjojo (<http://www.metrotvnews.com/aboutus/> diakses 21 September 2015).

Dalam episode tertentu Mata Najwa juga menggelar episode *on stage* yang diadakan di beberapa kampus terkemuka di Indonesia dengan bintang tamu dan narasumber yang tak kalah penting dan terkenal. Antusias para penontonnya yang umumnya para mahasiswa sangat tinggi. Bahkan seringkali para penonton turut dilibatkan dalam acara tersebut dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang kritis dan tajam.

Metro TV menayangkan acara Mata Najwa setiap hari rabu pukul 20.05 WIB-21.30 WIB. Acara Mata Najwa di pandu oleh Najwa Shihab sebagai presenter atau *interviewer* dan Wakil Pemimpin Redaksi yang kompeten dan unggul dalam bidang jurnalistik khususnya berkaitan dengan mewawancarai narasumber untuk memperoleh kejelasan jawaban atau informasi untuk khalayak atau masyarakat luas. Masing-masing durasi tayangan episode yang peneliti lakukan di antaranya Darah Muda berdurasi 01:03:10, Mereka yang Perkasa berdurasi 01:00:24, Habibie & Suara Anak Negeri berdurasi 00:59:39.

4.3 Profil Najwa Shihab



Gambar 4.3 Najwa Shihab

(Sumber: <http://sp.beritasatu.com> diakses 14 September 2015)

- Nama lengkap : Najwa Shihab
- Nama panggilan : Nana
- Tempat dan tanggal lahir : Makassar, Sulawesi Selatan, 16 September 1977
- Pendidikan : Fakultas Hukum UI (Universitas Indonesia) tahun 2000, Pasca Sarjana Bidang Hukum Universitas Melbourne, Australia tahun 2008.
- Penghargaan : (a) PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) jakarta dan PWI pusat menganugerai HPN (Hari Pers Nasional) HPN Awards kepada Nana sebagai laporan dan liputan tragedi kemanusiaan pasca tsunami Aceh.
- (b) Panasonic Awards sebagai jurnalis terbaik Metro TV tahun 2006.
- (c) Konvensi Asian American Journalist Association sebagai Senior Journalist tahun 2006.
- (d) Asian Television Awards sebagai Best Current Affairs/Talkshow presenter tahun 2007.
- (e) World Economic Forum (WEF) sebagai Young Global Leader (YGL) tahun 2011.

Najwa Shihab atau kerap dipanggil Nana adalah salah satu wartawan atau reporter populer Metro TV. Nana lahir di Makassar, Sulawesi Selatan, 16 September 1977. Semasa SMA, Nana terpilih mengikuti program pertukaran pelajar ke Amerika. Di Indonesia program ini dilaksanakan oleh Yayasan Bina Antarbudaya, selama

satu tahun di Amerika. Acara yang dipandu Nana antara lain menjadi *anchor* program berita *prime time* Metro hari ini, program *talk show today's dialogue* dan Mata Najwa sampai sekarang. Nana adalah putri kedua Quraisy Shihab, Menteri Agama era Kabinet Pembangunan VII. Najwa adalah alumni Fakultas Hukum UI (Universitas Indonesia) tahun 2000 dan melanjutkan pendidikannya di Universitas Melbourne, Australia tahun 2008. Merintis karier di RCTI, tahun 2001 Nana memilih bergabung dengan Metro TV karena stasiun TV itu dinilai lebih menjawab minat besarnya terhadap jurnalistik (<http://bio.or.id/biografi-najwa-shihab/> diakses pada 02 Februari 2016).

Pada tahun 2005 PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) Jakarta atau pusat memberi penghargaan kepada Najwa Shihab yaitu PWI Jaya Awards dan pada HPN (Hari Pers Nasional) yang dilangsungkan di Pekanbaru, Riau dan Nana meraih penghargaan HPN Awards. PWI pusat menilai Najwa Shihab adalah wartawan pertama yang memberi informasi tragedi tsunami Aceh secara intensif. Liputan dan laporannya dinilai memberi andil bagi meluasnya kepedulian dan empati masyarakat luas terhadap tragedi kemanusiaan. Tahun 2006, Najwa Shihab terpilih sebagai jurnalis terbaik Metro TV dan masuk nominasi pembaca berita terbaik *Panasonic Awards*. Pada tahun yang sama, bersama sejumlah wartawan dari berbagai negara, Najwa terpilih menjadi peserta senior *journalist* seminar yang berlangsung di sejumlah kota Amerika Serikat dan menjadi pembicara pada *Konvensi Asian American Journalist Association*.

Pengakuan terhadap profesionalisme Najwa tidak hanya dari dalam negeri bahkan manca negara. Terbukti Najwa Shihab masuk nominasi lima besar di tingkat Asia,

yaitu *Asian Television Awards* untuk kategori *best current affairs/talkshow* presenter. Pengumuman pemenang dilangsungkan bulan November 2007 di Singapura. Penentuan pemenang pada *Asian TV Awards* dilakukan oleh juri yang beranggotakan *TV Broadcaster Senior* dari berbagai negara di Asia. Presenter Najwa Shihab juga meraih penghargaan *Young Global Leader (YGL)* tahun 2011 dari *World Economic Forum (WEF)* di Geneva, Swiss. Penghargaan ini diberikan untuk para profesional muda berusia dibawah 40 tahun dari seluruh dunia. Nana terpilih karena pencapaian profesional, komitmen terhadap masyarakat dan kontribusinya yang potensial dalam membentuk masa depan dunia dengan kepemimpinannya yang memberi inspirasi terhadap kaum muda lainnya (<http://bio.or.id/biografi-najwa-shihab/> diakses pada 02 Februari 2016).

4.4 Deskripsi Episode Mata Najwa

4.4.1 Darah Muda

Berdasarkan hasil pengamatan pada video rekaman Mata Najwa, peneliti memperoleh informasi-informasi yang berkaitan dengan episode Darah Muda, informasi tersebut dijelaskan sebagai berikut. Episode Darah Muda yang ditampilkan oleh Mata Najwa di Metro TV tayang pada Rabu 20 Mei 2015 pukul 20.05 WIB, berdurasi 01:03:10. Kebangkitan Indonesia berawal dari pergerakan para pemudanya. Mereka gerah dengan penindasan dan mereka gundah karena keterpurukan. Hasilnya, Indonesia bebas dan menjadi seperti sekarang. Namun ditengah kemerdekaan, kita justru berhadapan dengan persoalan baru. Pemuda yang dahulu menjadi motor, justru cenderung menjadi “*bad pasanger*”. Menurut Guru Besar Universitas Indonesia, Rhenald Kasali, mereka adalah orang-orang

yang hanya menuntut haknya. Tanpa mau mengambil kemudi dan menentukan arah.

Untuk memperingati hari Kebangkitan Nasional, kali ini Mata Najwa dalam episode Darah Muda menghadirkan mereka yang melawan arus yaitu Charles Batlajeri (Komandan Kompi Basarnas Special Group) dan Aswandi (anggota Basarnas Special Group), Satgas Illegal Fishing Kementerian Kelautan dan Perikanan RI yaitu Aldilla Stephanie Swana dan Fadhilla Octaviani (Satgas Illegal Fishing Kementerian Kelautan dan Perikanan RI), Pencerah Nusantara (Nahla Jovial Nisa), dan Pengajar Muda Indonesia Mengajar (Rahmat Danu Andika), mencoba membangun bibit penggerak baru. Hadir dan membagi pengalaman mereka dalam mengatasi persoalan bangsa dari bidangnya masing-masing. Menurut Walikota Bogor Bima Arya, bahwa merekalah pemuda Indonesia yang sudah selesai dengan dirinya dan siap membantu orang lain. Hadir juga Muhammad Iman Usman dan Andhiyta Fierselly Utami dari Indonesia Future Leaders yang selalu membina kader muda, agar mampu menghadapi masa depan Indonesia.

4.4.2 Mereka yang Perkasa

Berdasarkan hasil pengamatan pada video rekaman Mata Najwa, peneliti memperoleh informasi-informasi yang berkaitan dengan episode Mereka yang Perkasa, informasi tersebut dijelaskan sebagai berikut. Episode Mereka yang Perkasa ditampilkan oleh Mata Najwa di Metro TV tayang pada Rabu 29 april 2015 pukul 20.05 WIB, berdurasi 01:00:24. Mata Najwa hadir dengan tamu istimewa, para perempuan yang gigih berjuang meski kerap dihadang teror hingga

ancaman pembunuhan. Eva Bande, aktivis Agraria ini sontak menjadi perhatian, ketika Presiden Joko Widodo memberikan grasi. Grasi pertama yang diberikan kepada seorang aktivis atas perjuangannya membela petani Toili, Kabupaten Banggai, Sulawesi Tengah. Eva divonis 4 tahun penjara dengan tuduhan menghasut petani. Namun teror dan bui tak menyurutkan perjuangan perempuan dengan 3 anak ini mencari keadilan. Episode ini mengulas sepak terjang perjuangan Eva Bande, aktivitas yang dilakukan setelah mendapatkan grasi dari Presiden dan keluar dari penjara.

Mata Najwa juga menghadirkan Saur Marlinan Manurung atau lebih dikenal dengan Butet Manurung. Semangatnya melindungi dan mengembangkan kehidupan masyarakat Rimba di Indonesia telah diakui dunia. Dia juga dipuji atas keteguhannya menembus belantara demi mengembangkan sekolah Rimba, untuk memberikan kesempatan belajar bagi komunitas adat yang tak terjangkau sekolah formal. Penghargaan bergengsi menjadi pengakuan atas perjuangan Butet Manurung, salah satunya penghargaan Nobel Versi Asia atau *Magsaysay Award*.

Umur tak menghalangi perempuan ini untuk berjuang menyelamatkan lingkungan dari cengkaman perusahaan tambang di Nusa Tenggara Timur. Aleta Baun atau kerap dipanggil Mama Aleta di hadirkan di studio Mata Najwa. Tangguh mempertahankan bumi dan tradisi, meskipun seringkali diteror. Nyawanya pernah menjadi iming-iming hadiah bagi siapa yang bersedia membunuhnya. Tak gentar dengan ancaman, perusahaan tambang akhirnya hengkang.

4.4.3 Habibie & Suara Anak Negeri

Berdasarkan hasil pengamatan pada video rekaman Mata Najwa, peneliti memperoleh informasi-informasi yang berkaitan dengan episode Habibie & Suara Anak Negeri, informasi tersebut dijelaskan sebagai berikut. Episode Habibie & Suara Anak Negeri yang ditampilkan oleh Mata Najwa dalam program *Mata Najwa On Stage* tayang pada hari rabu 13 Mei 2015 pukul 20.05 WIB, di Balairung Universitas Indonesia, Depok, Jawa Barat. Episode Mata Najwa kali ini membahas mimpi dan mada depan pemuda dipundak pemuda sebagai generasi masa penerus, menghadirkan Bacharuddin Jusuf Babibie sebagai Mantan Presiden ke III dan sekaligus narasumber utama. Habibie yang dikenal sebgai sosok utama penciptaan pesawat nasional mengaku bahwa ide pesawat nasional ini merupakan gagasan presiden pertama indonesia Soekarno. Gagasan inilah yang Ia pegang erat hingga membawanya ke Jerman mengejar ilmu yang ia perlukan cita-cita besar dan kecintaanya terhadap tanah air yang memungkinkannya membuat pesawat dengan seluruh komponen dan perakitnya berasal dari Indonesia.

Tidak hanya pesawat, keberhasilan-keberhasilannya yang lain melahirkan inspirasi dan pujian. Mata Najwa juga menghadirkan Khofifan Indar Parawansa (Menteri Sosial), Fachri Hamzah (Anggota DPR RI), dan Johan Budi (Komisioner KPK). Ketiga tokoh tersebut mengaku pencapaian Habibie memberi inspirasi bagi mereka untuk meraih impiannya. Reza Rahadian dan Bunga Citra Lestari juga turut hadir menyampaikan kesan-kesannya tentang Habibie. Seniman Yogyakarta, Butet Kartaredjasa juga menyampaikan monolog singkatnya tentang Habibie yang banyak memberi perbaikan signifikan terhadap kondisi Indonesia di masa jabatannya yang singkat.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Najwa Shihab menggunakan teknik komunikasi persuasif dalam kegiatan wawancara yang dilakukan. Hal ini diketahui bahwa Najwa Shihab menggunakan pertanyaan yang berisi membujuk, mendorong narasumber agar mau menjawab pertanyaan yang sesuai dengan keinginan atau arahan Najwa, dan mengkondisikan narasumber pada posisi tidak bisa menolak atau menghindar dari pertanyaan yang diajukan oleh Najwa Shihab.

2. Bahasa verbal yang digunakan Najwa Shihab dalam mewawancarai narasumber untuk memperkuat teknik komunikasi persuasif meliputi melihat hidup menjadi lebih berbeda, apa pesan yang ingin disampaikan untuk anak dan keluarga, mudah-mudahan bisa mengambil dan melakukan perubahan untuk negeri, mudah-mudahan sukses terus Satgas Illegal Fishing karena semua mata Negeri sedang melihat ke teman-teman KKP, apa satu hal yang anda pelajari tentang hidup ini dari pekerjaan yang saat ini dilakukan, boleh saya minta pak Habibie untuk tampil, Bang Fahri mimpi anda dulu jadi Anggota DPR yang akan segera bikin gedung baru,

jadi pesannya eyang, tidak apa-apa pacaran asal fokus, pesannya apa asal terakhir menemukan cinta sejati seperti Ainun, ini bukan ancaman kan.

3. Bahasa nonverbal yang digunakan Najwa Shihab untuk memperkuat pesan yang disampaikan berupa menopang dagu, menyondongkan badan, dan menggerakkan tangan. Bahasa nonverbal tersebut juga muncul berulang kali dalam setiap proses wawancara. Hal ini sekaligus menjadi ciri khas Najwa Shihab dalam mewawancarai narasumber yang tidak dimiliki oleh *interviewer* atau pewawancara lainnya.

6.2 Saran

Saran peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Teknik komunikasi yang dilakukan oleh Najwa Shihab bisa menjadi pilihan bagi pewawancara-pewawancara lainnya yang ingin melakukan proses wawancara seperti yang dilakukan oleh Najwa Shihab. Sesama pelaku komunikasi yaitu antara pewawancara dengan narasumber bisa berjalan lancar dan tidak ada persepsi kecewa karena kurang terciptanya pola komunikasi sebagaimana mestinya.
2. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama yaitu mencermati tentang teknik komunikasi Najwa Shihab untuk memilih tema-tema yang kontennya kearah politik. Apakah gaya Najwa Shihab saat melakukan wawancara sama dengan yang non politik atau tidak. Selain itu mengumpulkan data-data yang tidak hanya dalam bentuk seperti buku, internet, dan dokumen, melainkan data yang diperoleh dari wawancara dengan Najwa Shihab.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Agus M. Hardjana. 2003. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius
- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Bahri Syaiful Djamarah. 2008. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori & filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Ermanto. 2005. *Menjadi Wartawan Handal & Profesional*. Yogyakarta: Cinta Pena
- Kaelan. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner*. Yogyakarta: Paradigma
- Keraf, Gorys. 2002. *Diksi Dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup
- Marhaeni, Fajar. 2009 *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Jakarta: Graha Ilmu
- Morissan. 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta

- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Komunikator, Pesan, Percakapan, & Hubungan*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2005. *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori komunikasi: Perspektif Ragam, & Aplikasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sarwono, S. 2001. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suranto Aw. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suyanto Edi. 2009. *Penggunaan Bahasa Indonesia Laras Ilmiah*. Yogyakarta: Ardana Media
- Syamsul Asep, M. Romli. 2004. *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar, Reporter & Script Writer*. Bandung: Nuansa
- Yosef, Jani. 2009. *To Be A Journalist: Menjadi Jurnalis TV, Radio dan Surat Kabar yang Profesional*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Zuhri, Saifuddin. 2010. *Publik Speaking*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sumber Skripsi dan Jurnal :

Andhika Herwin. 2013. *Penerapan Teknik Komunikasi oleh Debt Collector dalam Menagih Pembayaran Kredit Bermasalah (Studi pada bagian Debt Collector di Adira Finance Cabang Kota Malang)*. Universitas Brawijaya Malang

(www.academia.edu/4533814/jurnal_skripsi_komunikasi diakses 28 April 2016 pukul 20.51 WIB)

Ananto Dio Pratama. 2014. *Peranan Komunikasi Anatarpribadi Volunteer Rumah Baca Ama Nadia dalam Meningkatkan Minat Baca Anak Didik (Studi pada Rumah Baca Asma Nadia Lampung)*. Universitas Lampung

Gultom Agustin Nurlia. 2012. *Analisis Retorika Andy Flores Noya Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Motivasi Pada Acara Kick Andy*. Universitas Lampung

Pontoh P. Widya. 2013. *Peranan Komunikasi Interpersonal Guru dalam Meningkatkan Pengetahuan Anak (Studi pada Guru-guru di TK Santa Lucia Tuminting)*

(e-journal.uajy.ac.id/3198/jurnal_lengkap_menggunakan_teorinya menggunakan teori interpersonal diakses 03 November 2015 pukul 20:57 WIB)

Sumber Internet:

(<http://hiburan.metrotvnews.com/read/2015/06/22/139232/kata-najwa-shihab-atas-terpilihnya-3-program-metrotv-sebagai-acara-berkualitas-oleh-kpi.html> diakses pada 20 November 2015 18.50 WIB)

(<http://jurnalkommas.com/docs/JURNAL%20.pdf>. Sigit Nugroho Fitriyanto. 2014 diakses 07 Agustus 2015, pukul 18.37 WIB)

(www.kompasiana.com/ipe/kpi-rating-kualitas-program-tv_55a22318f49273000597b483 diakses 13 Agustus 2015 pukul 13.49 WIB)

(<http://thesis.binus.ac.id>. Kartika Tri Utami, Indra Prawira, S.P, M.I.Kom diakses 07 Agustus 2015, pukul 21.05 WIB)

(<https://www.academia.edu.com>. Nabillah Syafrilia diakses 15 September 2015 pukul 10.26 WIB)

<http://www.matanajwa.com> diakses 21 September 2015 pukul 15.21 WIB)

(<http://www.metrotvnews.com/aboutus/> diakses 21 September 2015 pukul 14.59 WIB)