

# KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI STAF PEMBERITAAN TERHADAP KUALITAS BERITA DI LPP TVRI SUMUT

Oleh:  
Emmelia A. Ginting <sup>1)</sup>,  
dan Anastasia Sarah Pasaribu <sup>2)</sup>  
Universitas Darma Agung, Medan <sup>1,2)</sup>  
E-mail:  
[emilginting@yahoo.com](mailto:emilginting@yahoo.com) <sup>1)</sup>,  
dan [anastasia.pasaribu@yahoo.com](mailto:anastasia.pasaribu@yahoo.com) <sup>2)</sup>

## ABSTRACT

*This study aims at determining the effect of interpersonal communication of news staff on the quality of news in LPP TVRI North Sumatera. The sample used in this study are as many as 53 people, while the data collection by means of direct interviews guided by the questionnaire. Data analysis was conducted with t-test (partial test). From the results of data analysis, it can be concluded that interpersonal communication has a significant partial effect on the quality of news. Interpersonal communication variables have a positive and significant effect on news quality on Television of Indonesian Republic (TVRI). The coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.387, which means that 38.7% of interpersonal communication variables can improve the quality of news. While the rest is explained by other variables not included as variables in this study.*

**Keywords:** *Communication, Interpersonal, Quality, News*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi antar pribadi staf bagian pemberitaan terhadap kualitas berita di LPP TVRI Sumatera Utara. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 53 orang, sedangkan pengumpulan data dengan cara wawancara langsung dengan berpedoman pada kuesioner. Analisis data dengan Uji t (pengujian secara parsial). Dari hasil analisis data diperoleh kesimpulan bahwa komunikasi antarpribadi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kualitas berita. Variabel komunikasi antarpribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas berita pada Televisi Republik Indonesia (TVRI). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh 0,387, artinya, sebesar 38,7% variabel komunikasi antarpribadi dapat meningkatkan kualitas berita. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Komunikasi, Antarpribadi, Kualitas, Berita*

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Proses adalah salah satu faktor penentu dalam mencapai organisasi yang efektif. Salah satu proses yang akan selalu terjadi dalam organisasi apapun adalah proses komunikasi. Dalam organisasi pertukaran informasi, gagasan dan pengalaman dapat terjadi, mengingat peran organisasi sangat penting dalam

menunjang kelancaran berorganisasi. Komunikasi dalam organisasi terdapat komunikasi antarpribadi yang melibatkan dua orang. Komunikasi yang dilakukan akan menciptakan pemahaman yang sama antara dua orang sehingga kedepannya dapat bekerja sama dengan baik. Proses komunikasi yang begitu dinamik dapat menimbulkan berbagai masalah yang mempengaruhi pencapaian sebuah organisasi terutama

dengan timbulnya salah faham dan konflik oleh karena itu diperlukan komunikasi yang efektif.

Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi oleh karena itu para anggota organisasi dan para komunikator dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi. Proses komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan khususnya yang menyangkut komunikasi antar karyawan merupakan faktor penting dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif.

Komunikasi yang efektif tergantung dari bagaimana hubungan karyawan yang memuaskan dapat dibangun berdasarkan iklim dan kepercayaan atau suasana organisasi yang positif. Seiring berkembangnya waktu, masyarakat mulai menerima kehadiran media massa sebagai sumber informasi. Media tersebut terdiri dari media cetak seperti koran atau majalah sedangkan elektronik radio hingga televisi dan sekarang muncul *new media* yang menggunakan internet sebagai sarana penyebaran media massa seperti televisi streaming, media cetak online, radio streaming.

Terkait dengan perkembangan teknologi diperkirakan televisi Indonesia akan memasuki era televisi digital. Teknologi akan meningkatkan kualitas televisi. Masih terikat dengan perkembangan teknologi kini terjadi konvergensi media. Misalnya antara media televisi dengan media online. Konvergensi tersebut tentu memperluas jangkauan televisi. Televisi sebagai produk kebudayaan lisan yang merupakan perpanjangan dari mata dan telinga manusia. Tidak hanya itu saja, ini juga merupakan tantangan bagi tim kreatif program televisi untuk menciptakan banyak konsep dan juga gagasan dan mengembangkan kreativitas dalam menghadapi tantangan tersebut. Tak kalah pentingnya juga staf yang terlibat dalam mempersiapkan berita sebelum ditayangkan harus benar-benar bekerja dengan baik agar

menghasilkan berita yang berkualitas. Melihat kembali pengalaman TVRI ditahun 2013, oleh KPI menjatuhkan sanksi administrasi berupa teguran kepada Televisi Republik Indonesia karena dianggap kurang berimbang, kurang independent dan kurang netral.

(<https://nasional.kompas.com/read/2013/09/20/1514473/KPI.TVRI.Harus.Bena.hi.Kualitas.Produksi.Program>)

Maka peneliti tertarik untuk mengangkat masalah tentang “Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi Staf Pemberitaan terhadap Kualitas Berita di LPP TVRI Sumut?” Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini disesuaikan dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas yaitu ingin menjelaskan dan mendeskripsikan pengaruh komunikasi antar pribadi staf pemberitaan terhadap kualitas berita di LPP TVRI Sumut.

Adapun manfaat dari penelitian adalah:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh komunikasi antar pribadi staf pemberitaan terhadap kualitas berita.
2. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dan memperkaya bahan penelitian dan sumber bacaan dilingkup FISIP, UDA khususnya Ilmu Komunikasi.
3. Secara praktis, penelitian ini sebagai sumbangan kepada pihak media massa elektronik, yaitu televisi.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Komunikasi

#### Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi antara individu melalui suatu sistem yang (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal maupun perilaku atau tindakan. Jadi, di dalam komunikasi terdapat proses dan symbol yang mengandung arti. Dimana

makna dan arti symbol dipahami tergantung pada persepsi komunikan sehingga ada feedback bagi komunikan setelah mendapat pesan. Oleh karena itu, komunikasi akan efektif dan tujuan komunikasi akan tercapai, apabila masing-masing pelaku yang terlibat di dalamnya mempunyai persepsi yang sama terhadap simbol (Djoko Purwanto, 2006:3).

Komunikasi organisasi adalah suatu proses komunikasi yang menggunakan media yaitu bahasa atau simbol-simbol yang biasa digunakan untuk mentransfer pesan-pesan dari pemberi pesan ke penerima pesan melalui proses komunikasi agar diperoleh suatu hasil yang sangat berarti bagi suatu organisasi.”(Djoko Purwanto, 2003:20). Dan dalam penelitian ini akan memfokuskan kepada bentuk komunikasi antarpribadi yang terjadi di sebuah organisasi.

### **Tujuan Komunikasi**

Tujuan komunikasi, salah satunya adalah untuk mendorong atau mempertinggi motivasi perantara dan sebagai sarana yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuannya.

Menurut Effendy, dkk (2006:27) ada tiga tujuan komunikasi yaitu:

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*), yaitu sikap individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
2. Mengubah pendapat atau opini (*to change the behavior*), yaitu perilaku individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima
3. Mengubah masyarakat (*to change the society*), yaitu tingkat sosial individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima..

### **Saluran Komunikasi Dalam Organisasi**

Adapun saluran-saluran komunikasi formal yang biasa terdapat dalam organisasi adalah:

#### **A. Berdasarkan Arah Komunikasi**

##### **1. Komunikasi Vertikal**

Komunikasi vertikal terdiri dari komunikasi ke atas dan ke bawah sesuai rantai perintah. Komunikasi ke bawah (*Downward Communication*) dimulai dari manajemen puncak kemudian mengalir ke bawah melalui tingkatan-tingkatan manajemen sampai karyawan dan personalia paling bawah. Maksud utama komunikasi ke bawah adalah untuk memberikan pengarahan, informasi, instruksi, nasehat/sasaran dan penilaian kepada bawahan serta memberikan informasi kepada para anggota organisasi tentang tujuan dan kebijaksanaan organisasi.

##### **2. Komunikasi Horizontal**

Komunikasi horizontal meliputi hal-hal berikut ini:

- a. Komunikasi di antara bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar dalam suatu organisasi
  - b. Komunikasi yang terjadi antara dan diantara departemen-departemen pada tingkatan organisasi yang sama. Bentuk komunikasi ini pada dasarnya bersifat koordinatif, dan merupakan hasil dari konsep spesialisasi organisasi. Sehingga komunikasi ini dirancang untuk mempermudah koordinasi dan penanganan masalah.
- ##### **3. Komunikasi Diagonal**
- Komunikasi diagonal merupakan komunikasi yang memotong secara menyilang diagonal rantai perintah organisasi. Hal ini sering terjadi sebagai hasil hubungan-hubungan departemen lini dan staf. Hubungan-hubungan yang ada antara personalia dan staf dapat berbeda-beda, yang akan membentuk beberapa komunikasi diagonal yang berbeda-beda pula.

### **Fungsi Komunikasi**

Fungsi kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi tidak hanya sebagai alat untuk menyampaikan pesan bagi pimpinan dan anggota organisasi, namun memiliki fungsi-fungsi lain seperti yang

dikatakan oleh (Stephen P. Robbins, 2007), yaitu:

- a. Fungsi Kontrol  
Melalui komunikasi dapat dikontrol perilaku anggota atau kegiatan-kegiatan kelompok atau organisasi dengan cara yang diinginkan. Organisasi memiliki hirarki kekuasaan dan pedoman formal dalam berkomunikasi di mana pegawai dituntut untuk mematuhi.
- b. Fungsi Motivasi  
Melalui komunikasi dapat ditingkatkan motivasi bawahan dengan menjelaskan kepada bawahan apa yang harus dilakukan, seberapa baik apa yang mereka kerjakan dan apa yang harus mereka lakukan untuk meningkatkan kinerja mereka.
- c. Fungsi ekspresi emosi  
Melalui komunikasi, tiap anggota dapat mengungkapkan perasaan mereka, misalnya perasaan puas atau tidak puas.
- d. Fungsi Informasi  
Komunikasi berlangsung untuk menyampaikan pesan atau informasi dari pimpinan ke bawahan ataupun sebaliknya. Fungsi ini juga memberi petunjuk, pedoman atau informasi yang diperlukan oleh pimpinan atau bawahan.
- e. Fungsi Komando  
Fungsi ini terdapat pada komunikasi dari atasan kepada bawahan, dimana atasan memberi instruksi pelaksanaan tugas-tugas tentang apa yang harus dikerjakan kepada bawahan.
- f. Fungsi Integratif  
Fungsi ini dimaksudkan untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasi pekerjaan sehingga antara sesama karyawan dan antara karyawan dengan manajer menunjukkan kepaduan.

### **Pengelolaan Komunikasi**

Menurut Djoko Purwanto (2006:46), ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam mengelola komunikasi:

1. Penanganan Pesan-Pesan Rutin

Volume pesan-pesan (tertulis) pada umumnya dalam organisasi besar lebih banyak dari pada dalam organisasi berskala kecil, tetapi semua organisasi memusatkan perhatiannya pada bagaimana memaksimalkan manfaat (*benefit*) dan kegiatan komunikasi dengan biaya (*cost*) tertentu. Untuk dapat memaksimalkan manfaat dan meminimalkan biaya tersebut, seorang manajer perlu memperhatikan berbagai hal berikut:

- a. Mengurangi Jumlah Pesan  
Arus pesan dalam suatu organisasi yang disampaikan secara lisan maupun tulisan perlu dikelola dengan baik. Dalam hal ini, seorang pemimpin organisasi perlu menentukan skala prioritas pesan.
- b. Instruksi yang jelas  
Kesalahan yang menyebabkan macetnya komunikasi disebabkan ketidakjelasan instruksi. Dalam hal ini seorang pimpinan mempunyai tanggung jawab khusus untuk membuat setiap orang dalam organisasi tahu apa yang harus dilakukan dan paham akan kebutuhan dan tujuan organisasi secara keseluruhan, sehingga ia dapat menghindari dirinya dari kesalahan memberi instruksi.
- c. Mendelegasikan wewenang  
Tujuan organisasi secara keseluruhan dapat tercapai bila manajer mempunyai kepercayaan bahwa orang lain dapat menyelesaikan pekerjaan yang dibebankan kepada mereka.
- d. Melatih tugas, Suatu organisasi dapat dianjurkan untuk menyelenggarakan pelatihan keterampilan berkomunikasi bagi orang-orang yang pekerjaannya/tugasnya berhubungan erat dengan masalah komunikasi. Pelatihan ini mencakup paling tidak preferensi gaya organisasi dan falsafah-falsafah komunikasi.

## **Komunikasi Antar Pribadi**

### **Pengertian Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang berlangsung antar dua atau tiga orang atau lebih dapat dilakukan secara tatap muka ataupun menggunakan media seperti telepon, surat, faksimili, surat dan sebagainya.

A.W Widjaja (2002:125), mendefinisikan komunikasi antar pribadi sebagai suatu proses merupakan rangkaian tindakan, kejadian, dan kegiatan yang terjadi secara terus menerus. Dengan kata lain komunikasi antar pribadi bukanlah suatu hal yang statis tetapi suatu hal yang dinamis. Artinya segala sesuatu yang tercakup dalam komunikasi antar pribadi selalu dalam keadaan berubah, yakni para pelaku, pesan maupun lingkungannya.

Deddy Mulyana (2006:16), mengatakan komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang mencakup hubungan antar manusia yang paling erat. Hubungan interpersonal berkenaan dengan proses pembentukan hubungan perorangan, suatu ikatan yang mendekatkan, mendalam dan pribadi.

Dari definisi operasional tersebut dapat dilihat indikator-indikator Komunikasi Antar Pribadi yaitu :

1. keterbukaan (*openess*), yaitu kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi.
2. berempati (*empathy*) yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain
3. dukungan (*supportiveness*), yaitu situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif
4. rasa positif (*positiveness*) seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.
5. kesamaan (*equality*) yaitu pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak

menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan

### **Proses Berlangsungnya Komunikasi Antarpribadi**

Menurut Jalaluddin Rakhmat (2003:126), dalam hubungan interpersonal tidak bersifat statis, tetapi selalu berubah. Untuk memelihara dan meneguhkan hubungan interpersonal, perubahan memerlukan tindakan untuk mengembalikan keseimbangan (*equilibrium*). Dalam hal ini ada tiga faktor penting dalam memelihara keseimbangan ini: keakraban, kontrol, dan respon yang tepat.

### **Efek Komunikasi Antarpribadi**

Proses komunikasi dapat dimulai dari komunikator sebagai pemberi pesan untuk disampaikan pada komunikan, agar pesan tersebut dapat disampaikan maka terlebih dahulu harus diberi bentuk atau *encode* melalui bahasa sikap atau perilaku dengan menggunakan lambang-lambang atau simbol yang dapat dilontarkan secara langsung. Efek komunikasi antarpribadi yang timbul pada komunikan seringkali diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Efek kognitif, adalah yang berkaitan dengan pikiran, nalar atau rasio, misalnya komunikan yang semula tidak tahu, tidak mengerti menjadi mengerti atau tidak sadar menjadi sadar.
- b. Efek Afektif, adalah efek yang berkaitan dengan perasaan, misalnya komunikan yang semula merasa tidak senang menjadi senang, sedih menjadi gembira.
- c. Efek konatif, adalah efek yang berkaitan dengan timbulnya keyakinan dalam diri komunikan untuk melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh komunikator berdasarkan pesan atau *message* yang ditransmisikan, sikap dan perilaku komunikan pascaproses komunikasi juga tercermin dalam efek konatif. (Effendi, 2000:22-23).

Ketiga jenis efek tersebut adalah hasil-hasil proses psikologis yang

berkaitan satu sama lain secara terpadu, dan tak mungkin dipilah-pilah, misalnya seorang komunikator mengharapkan komunikasikan berperilaku sesuai dengan keinginan dengan harapannya. Harapan itu tidak akan muncul jika komunikator sendiri tidak memberikan informasi atau menciptakan suasana perasaan senang bagi komunikasikan untuk berperilaku sesuai dengan harapannya. Sebaliknya bila komunikasikan sudah mengerti dan merasa senang atau puas, maka ia akan berperilaku sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

## **Berita**

### **Pengertian Berita**

Yang dimaksud dengan berita adalah suatu laporan cepat mengenai peristiwa terbaru dan penting untuk disampaikan kepada masyarakat. Berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termassa, yang dapat menarik perhatian pembaca, karena sesuatu yang luar biasa, penting, mencakup sisi *human interest* seperti humor, emosi dan ketegangan (Menurut Sumadiri Haris, 2005: 64-65).

Berita dapat disajikan dalam bentuk surat kabar, radio, siaran tv maupun media online. Atau arti lain dari berita yaitu suatu informasi mengenai fakta atau sesuatu yang sedang terjadi. Biasanya disampaikan dalam bentuk media cetak, siaran tv, radio, mulut ke mulut dan media online.

Biasanya berita tidak hanya memberikan informasi mengenai peristiwa-peristiwa terbaru, tapi kadangkala berita juga digunakan untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat yang mendengar atau membacanya. Terutama berita mengenai politik, sering sekali masyarakat dipengaruhi pembawa atau penulis berita supaya mengikuti arus politik tersebut.

### **Indikator Berita yang Baik**

Salah satu topik penting dalam studi mengenai media massa adalah upaya untuk memberikan penilaian (*assesment*) secara ilmiah terhadap kualitas kerja

(*performance*) media massa, dalam hal ini program berita TV. Serangkaian pertanyaan muncul di benak kita; seberapa baikkah kualitas program berita TV kita, hal apa yang dapat kita gunakan sebagai ukuran atau indikator kualitas program berita sebagai baik atau buruk, bagaimana cara mengukur kualitas dimaksud dan sebagainya? Penilaian terhadap kualitas pemberitaan TV dapat ditinjau dalam beberapa aspek. Dalam hal ini Denis (2011) mengajukan indikator dalam memberikan penilaian terhadap kualitas media (*framework for assesment*) yang terbagi atas empat kriteria yaitu:

- a. kebebasan media (*media freedom*),
- b. kesetaraan media (*media equality*),
- c. keragaman berita (*diversity*),
- d. objektivitas berita, dan
- e. gambaran realitas.

### **Defenisi Operasional**

Komunikasi antar pribadi ialah komunikasi yang berlangsung antar dua atau tiga orang atau lebih dapat dilakukan secara tatap muka ataupun menggunakan media seperti telepon, surat, faksimili, surat dan sebagainya. Dibawah ini adalah beberapa penjelasan indikator komunikasi antarpribadi:

1. keterbukaan (*openess*), yaitu kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi.
2. dukungan (*supportiveness*), yaitu situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif
3. rasa positif (*positiveness*) seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.
4. kesamaan (*equality*) yaitu pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Berita merupakan fakta yang memang dianggap penting harus segera disampaikan kepada masyarakat. Tetapi



tidak semua fakta dapat dijadikan berita oleh media, fakta-fakta yang ada akan dipilih sehingga fakta mana saja yang pantas untuk disampaikan kepada masyarakat. Biasanya berita tidak hanya memberikan informasi mengenai peristiwa-peristiwa terbaru, tapi kadang-kadang berita juga digunakan untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat yang mendengar atau membacanya.

Kebebasan media telah menjadi faktor terpenting dalam menilai atau mengukur kualitas pemberitaan media massa. Kebebasan media merupakan prinsip dasar dari setiap teori mengenai komunikasi publik. Kebebasan media juga menjadi sumber manfaat media massa lainnya. Kebebasan media mengacu terutama pada hak-hak untuk menyatakan sesuatu secara bebas (*free expression*) dan kebebasan dalam membentuk opini (*the free formation of opinion*).

#### 1. Objektivitas Berita.

Konsep penting dalam hubungannya dengan kualitas berita adalah sifat objektif suatu berita. Objektivitas adalah suatu tindakan atau sikap tertentu terkait dengan pekerjaan mengumpulkan, mengolah dan menyebarkan informasi. Pada dasarnya tidaklah mudah untuk membuat kriteria mengenai pemberitaan yang objektif atau sebaliknya. Kriteria objektif dalam upayanya untuk mengukur derajat objektivitas media massa di negara itu. Menurutnya pemberitaan yang objektif harus memiliki dua kriteria yaitu faktual yang berarti media dalam menulis berita harus berdasarkan fakta (*factuality*), dan tidak berpihak (*impartiality*).

#### 2. Gambaran Realitas.

Media dapat menggunakan logikanya sendiri ketika mereka menggabungkan berbagai elemen realitas dalam berbagai cara. Televisi dapat memberikan gambaran visual yang tidak utuh melalui pengambilan gambar dengan kamera yang menggunakan berbagai sudut pandang (*angle*) yang berbeda atau

teknik gambar lainnya. Media dapat menciptakan bias terhadap realitas dengan memberikan sebutan tertentu untuk memberikan gambaran kepada seorang tokoh, misalnya 'pejuang kebebasan' atau 'teroris'. Salah satu cara yang paling nyata bagaimana isi media menciptakan suatu gambaran realitas simbolik (*symbolic environment*) adalah dengan memberikan perhatian yang lebih besar, misalnya dengan memberikan waktu, tempat dan perhatian yang lebih besar bagi peristiwa, orang, kelompok dan tempat tertentu dibandingkan dengan peristiwa, orang, kelompok dan tempat lainnya.

#### Hipotesa

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis yaitu bahwa komunikasi antar pribadi staf pemberitaan berpengaruh terhadap kualitas berita di LPP TVRI Sumut ( $H_0$  di tolak, dan  $H_1$  diterima).

#### 3. METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan, dan apabila ada, seberapa besar eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Berdasarkan hal tersebut diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh komunikasi antar pribadi staf bagian pemberitaan terhadap kualitas berita di LPP TVRI Sumut.

#### Populasi dan Sampel

##### Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah staf bagian pemberitaan berjumlah 53 orang.

Sampel Menurut Masri Singarimbun (2006) total sampel adalah seluruh populasi menjadi sampel yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Dengan demikian, dalam hal ini peneliti menggunakan metode sensus yaitu merupakan penelitian yang mengambil

satu kelompok populasi sebagai sampel secara keseluruhan yaitu 53 orang dan menggunakan kuesioner yang terstruktur sebagai alat pengumpulan data yang pokok untuk mendapatkan informasi yang spesifik (Usman & Akbar, 2008).

Berikut adalah tabel data karyawan yang berhubungan dengan pemberitaan:

No.	Bagian	Jumlah
1	Cameraman	16 orang
2	Reporter	12 orang
3	Redaktur	9 orang
4	Desk Editor	6 orang
5	Editor	10 orang
	Jumlah	53 orang

#### Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut dilakukan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu di stasiun televisi lokal LPP TVRI Sumatera Utara, yang beralamat di Jl. Putri Hijau No. 10 Medan. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terhitung sejak bulan Juni 2018 sampai dengan bulan Agustus 2018.

#### Teknik Pengumpulan Data

Agar diperoleh data yang objektif, maka penulis menggunakan teknik untuk memperoleh data primer tersebut melalui metode wawancara langsung dengan berpedoman pada kuesioner. Kuesioner yaitu suatu daftar yang berisikan suatu rangkaian pertanyaan mengenai suatu hal atau suatu bidang. Kuesioner ini dimaksudkan sebagai daftar pertanyaan untuk memperoleh jawaban-jawaban dari para responden (Rachmat Kriyantono, 2009:93). Kuesioner ini merupakan sebaran pertanyaan kepada responden dan bersifat tertutup.

#### Jenis dan Sumber Data

##### Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dimana data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian

dianalisis dengan metode statistik untuk kemudian diinterpretasikan hasilnya. Peneliti akan menggunakan metode survei eksplanatori (*explanatory survey*), yang bertujuan menganalisis dan menjelaskan pengaruh kausal antara variabel bebas dan variabel tidak bebas melalui pengujian hipotesis (Masri Singarimbun, 2011:5).

#### Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua data yaitu Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya. Adapun sumber yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah staf bagian pemberitaan di LPP TVRI Sumut.

Sumber data sekunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen - dokumen. Dalam penelitian ini dokumentasi dan angket merupakan sumber data sekunder.

#### Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan (Sugiyono, 2010 : 147). Dalam penelitian ini untuk menganalisis data digunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*).

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### Gambaran Umum Perusahaan

##### Sejarah LPP TVRI SUMUT

Ide untuk mendirikan satu stasiun TV di Medan diprakarsai oleh pejabat-pejabat Daerah Sumatera Utara yang bergerak di



bidang Mass Media dan Telekomunikasi dengan membentuk “Yayasan Pembangunan TV Sumatera Utara” pada tanggal 27 Juni 1967, diketuai oleh Let. Kol. CHB Wahid Lubis dan Ketua Harian Let. Kol. CHB Ridwan Hutagalung dan kemudian diganti oleh Let. Kol. CHB Amir Hoesin.S (perwira Perhubungan Daerah Militer II Bukit Barisan).

TVRI Studio Medan diresmikan oleh Presiden Soeharto dengan penggungtingan pita oleh Ibu Tien Soeharto. Dengan beradanya di udara, TVRI Studio Medan berarti dunia pertelevisian Indonesia telah membuahakan sebuah pemancar TV pertama diluar pulau Jawa dengan daya operasi berkekuatan 10 KW dengan daya capai Kisaran, Tanjung Balai, Tebing Tinggi, Medan, Pangkalan Susu, Pangkalan Berandan, Rantau/Langsa atau dengan radius 150 km, bahkan pada pertengahan tahun 1971 telah dapat diterima di beberapa tempat di Malaysia seperti di Kelantan, Kedah dan Penang. Perkembangan pembangunan di TVRI mulai dari tahun 1975 sampai sekarang tidak banyak yang berubah. Perubahan yang terjadi hanya terjadi pada tahun 2002 yakni dengan penambahan pemancar dan pembangunan studio 2. Fungsi siaran LPP TVRI Medan adalah sebagai medium pendidikan massa, penerangan massa, menyajikan seni budaya dalam bentuk hiburan yang sehat dan sebagai pendorong usaha-usaha pembaharuan dan pembangunan.

Visi dan Misi TVRI

Visi dan Misi LPP TVRI Sumut memiliki visi dan misi sebagai acuannya untuk meraih tujuan perusahaan. Visi dan misi TVRI SUMUT

Visi LPP TVRI Sumut:

“TV pilihan yang berakar pada budaya bangsa”.

2. Misi LPP TVRI Sumut:

- a. Memberikan informasi yang terpercaya, *independent* mental dan mencerdaskan serta menyajikan hiburan bagi masyarakat.

- b. Menjalin kerjasama yang menguntungkan dengan Mitra Usaha.
- c. Membentuk lingkungan kerja yang sehat, harmonis dan profesional bagi karyawan dan mitra kerja.
- d. Menjadi Media komunikasi bagi kepentingan masyarakat.

#### 4. HASIL dan PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah staf pemberitaan di LPP TVRI Sumatera Utara. Dengan jumlah sampel diambil 53 karyawan sebagai sampel penelitiannya, dan disebar sebanyak 53 kuesioner. Dengan pembagian kuesioner kepada responden mengenai variabel-variabel penelitian yang telah ditentukan sebelumnya.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini.

**Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Pria	31	58,5
Wanita	22	41,5
Jumlah	53	100,00

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner

Dari Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa responden yang berjenis kelamin pria adalah sebanyak 31 orang (58,5%) dan responden yang berjenis kelamin wanita adalah sebanyak 22 orang (41,5%).

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini:

**Tabel 4.2  
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase (%)
≤ 20 tahun	-	-
21 – 30 tahun	14	26,4
31 – 40 tahun	21	39,6

41 – 50 tahun	14	26,4
≥ 50 tahun	4	7,6
Jumlah	53	100,00

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner

Dari Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini adalah berusia diatas 50 tahun yaitu 4 orang (7,6%), usia berkisar 41-50 tahun yaitu berjumlah 14 orang (26,4%), karyawan yang berusia berkisar 31-40 berjumlah 21 orang (39,6%), karyawan yang berusia 21-30 berjumlah 14 orang (26,4%), dan karyawan yang dibawah 20 tahun tidak ada.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut ini:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SMA Sederajat	24	45,3
D3	11	20,7
S1	17	32,1
S2	1	1,9

Jumlah	53	100,00
--------	----	--------

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner

Dari Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah S1(Sarjana) yaitu berjumlah 17 orang (32,17%). Kemudian, Diploma sebanyak 11 orang (20,7%), SMA berjumlah 24 orang (45,3%) dan S2 berjumlah 1 orang (1,9%).

Deskripsi Variabel

#### 1. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah suatu proses kegiatan manusia yang terdiri dari dua orang atau lebih yang didalamnya ada suatu proses pengiriman pesan dari seseorang kepada orang lain dan merupakan interaksi antarpribadi yang terlihat secara utuh dan langsung satu sama lain dalam menyampaikan dan menerima pesan nyata agar dapat menggugah partisipasi satu sama lain dengan ciri-ciri adanya keterbukaan (*openess*), berempati (*empathy*), dukungan (*supportiveness*), rasa positif (*positiveness*) dan merasa setara dengan orang lain (*equality*).

Tanggapan responden mengenai komunikasi antarpribadi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Tabulasi Jawaban Responden Tentang Komunikasi Antarpribadi Pada Pada Stasiun TVRI Sumatera Utara**

Pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Butir 1	21.00	39.62	15.00	28.30	5.00	18.87	8.00	15.09	4.00	7.55
Butir 2	24.00	45.28	15.00	28.30	3.00	5.66	8.00	15.09	3.00	5.66
Butir 3	21.00	39.62	15.00	28.30	3.00	5.66	8.00	15.09	6.00	11.32
Butir 4	21.00	39.62	15.00	28.30	2.00	3.77	8.00	15.09	7.00	13.21
Butir 5	24.00	45.28	15.00	28.30	3.00	5.66	8.00	15.09	3.00	5.66
Butir 6	24.00	45.28	15.00	28.30	2.00	3.77	8.00	15.09	4.00	7.55
Butir 7	21.00	39.62	15.00	28.30	3.00	5.66	8.00	15.09	6.00	11.32
Butir 8	24.00	45.28	15.00	28.30	5.00	18.87	8.00	15.09	1.00	1.89
Butir 9	21.00	39.62	15.00	28.30	2.00	3.77	8.00	15.09	7.00	13.21
Butir 10	21.00	39.62	15.00	28.30	1.00	1.89	8.00	15.09	8.00	15.09

Keterangan: F = Frekuensi, % = persentase, dan Butir ialah sama dengan pernyataan.

Sumber: Olahan Angket

Dari Tabel 4.4 terlihat cukup besar responden menyatakan setuju bahwa komunikasi antar pribadi merupakan interaksi antar pribadi yang terlihat secara utuh dan langsung satu sama lain dalam menyampaikan dan menerima pesan nyata agar dapat menggugah partisipasi satu sama lain dengan ciri-ciri keterbukaan, empati, dukungan, rasa positif dan kesetaraan yang memiliki nilai tabulasi yang cukup tinggi, yaitu 39,62% dan 28,30%. Responden yang menyatakan keterbukaan, empati, dukungan, rasa positif dan kesetaraan cukup tinggi.

## 2. Kualitas Berita

Berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termassa, yang dapat menarik perhatian pembaca, karena sesuatu yang

luar biasa, penting, mencakup sisi *human interest* seperti humor, emosi dan ketegangan. Berita merupakan fakta yang memang dianggap penting harus segera disampaikan kepada masyarakat. Tetapi tidak semua fakta dapat dijadikan berita oleh media, fakta-fakta yang ada akan dipilih sehingga fakta mana saja yang pantas untuk disampaikan kepada masyarakat. Biasanya berita tidak hanya memberikan informasi mengenai peristiwa-peristiwa terbaru, tapi kadang-kadang berita juga digunakan untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat yang mendengar atau membacanya maka dari itu diperlukan berita yang berkualitas. Tanggapan responden mengenai kualitas berita dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Tabulasi Jawaban Responden Tentang Kualitas Berita Stasiun TVRI SUMUT**

Pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Butir 1	20.00	37.74	14.00	26.42	2.00	3.77	12.00	22.64	5.00	18.87
Butir 2	20.00	37.74	14.00	26.42	4.00	7.55	12.00	22.64	3.00	5.66
Butir 3	20.00	37.74	14.00	26.42	4.00	7.55	12.00	22.64	3.00	5.66
Butir 4	20.00	37.74	14.00	26.42	2.00	3.77	13.00	24.53	4.00	7.55
Butir 5	20.00	37.74	14.00	26.42	3.00	5.66	12.00	22.64	4.00	7.55
Butir 6	20.00	37.74	14.00	26.42	4.00	7.55	13.00	24.53	2.00	3.77
Butir 7	20.00	37.74	14.00	26.42	2.00	3.77	12.00	22.64	5.00	18.87
Butir 8	20.00	37.74	14.00	26.42	2.00	3.77	12.00	22.64	5.00	18.87
Butir 9	20.00	37.74	14.00	26.42	3.00	5.66	12.00	22.64	4.00	7.55
Butir 10	20.00	37.74	14.00	26.42	4.00	7.55	12.00	22.64	3.00	5.66

Keterangan: F = Frekuensi, % = persentase, dan Butir ialah sama dengan pernyataan.

Sumber: Olahan Angket

Dari Tabel 4.5 terlihat sebagian besar responden menyatakan bahwa kebebasan media, kesetaraan media, keragaman berita, objektivitas berita dan gambaran realitas memiliki nilai tabulasi yang cukup tinggi, yaitu 37,74% dan 26,42%. Responden yang menyatakan kebebasan media, kesetaraan media, keragaman berita, objektivitas berita dan gambaran realitas cukup Tinggi.

## Pengujian Hipotesis

### Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat berikut:

**Tabel 4.10 Hasil Uji t**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	13,150	3,766		3,492	,001					
Komunikasi Antarpribadi	,661	,117	,622	5,668	,000	,622	,622	,622	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kualitas Berita  
Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Uraian dari pengujian hipotesis uji t sebagai berikut:

1. Nilai t-hitung untuk variabel komunikasi antarpribadi sebesar 5,668 > 2,008 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, komunikasi antarpribadi berpengaruh

signifikan secara parsial terhadap kualitas berita.

#### Hasil Uji Determinasi

Koefisien determinasi ( $r^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dapat menerangkan variasi variabel terikat. Nilai  $R^2$  dapat dilihat pada Tabel berikut ini.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Koefisien Determinasi**  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,622 <sup>a</sup>	,387	,374	10,031	,387	32,131	1	51	,000

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Antarpribadi  
b. Dependent Variable: Kualitas Berita  
Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Dari Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa koefisien determinasi (*R Square*) antara komunikasi antarpribadi terhadap kualitas berita adalah sebesar 0,387. Artinya, sebesar 38,7% variabel komunikasi antarpribadi dapat mengendalikan kualitas berita. Sedangkan sisanyadijelaskanoleh variabel lain yang tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian.

setiap peningkatan bobot komunikasi antarpribadi sebesar 1 skor akan meningkatkan bobot kualitas sebesar 0,661 skor. Nilai t-hitung dari koefisien regresi komunikasi antarpribadi adalah sebesar 5,668 menunjukkan signifikan, karena tingkat kesalahan sebesar 0,000 masih lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , sehingga diputuskan untuk menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Dengan demikian disimpulkan bahwa komunikasi antarpribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas berita dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95 %.

#### Pembahasan

Dari hasil analisis data diketahui bahwa koefisien regresi menunjukkan

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka manajemen perlu lebih memperbaiki komunikasi antarpribadi pada perusahaan dengan cara memperbaiki kelemahan yang terdapat pada komunikasi antarpribadi agar kualitas berita meningkat.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat dijelaskan bahwa perusahaan perlu memperbaiki komunikasi antarpribadi agar kualitas berita dapat meningkat. Kelemahan atas komunikasi antarpribadi pada perusahaan adalah bahwa manajemen belum menerapkan komunikasi yang baik melalui hubungan diantara karyawan pada semua tingkat kesalahan, sehingga cenderung komunikasi antar karyawan kurang baik. Oleh karena itu manajemen perlu memperhatikan agar komunikasi antarpribadi disetiap karyawan.

## 5. SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Nilai t-hitung untuk variabel komunikasi antarpribadi sebesar  $5,668 > 2,008$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, komunikasi antarpribadi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kualitas berita yaitu variabel komunikasi antarpribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas berita pada Televisi Republik Indonesia (TVRI). Koefisien determinasi ( $r^2$ ) diperoleh  $0,387$ . Artinya, sebesar  $38,7\%$  variabel komunikasi antarpribadi dapat meningkatkan kualitas berita. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian ini.

## Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka disarankan agar:

Pimpinan Televisi Republik Indonesia (TVRI) perlu memperhatikan komunikasi antarpribadi karyawannya dengan menjalin komunikasi yang baik diantara karyawan. Pimpinan juga sebaiknya menerapkan hubungan yang baik

diantara karyawan melalui pembentukan tim kerja yang solid semisal dengan melakukan rekreasi bersama antara karyawan tersebut.

## 6. Daftar Pustaka

- Akbar & Usman.2009. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara
- As.Haris.Sumadiria, 2005. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya Bandung
- Azhar Susanto.2005. *Sistem Informasi Manajemen*.Jakarta : Ghaila Indonesia
- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Devito, Joseph A. 2011. *"Komunikasi Antar Manusia"*. Tangerang: Kharisma
- Effendy, Onong Uchjana, 2000. *Human Relations dan Public Relation*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- , Onong Uchjana, 2002. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- , Onong Uchjana, 2006. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Harapan, dan Syarwani, 2014. *Komunikasi Antarpribadi*, PT. Raja Grafindo Persada, Palembang.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Antar Pribadi*. Bandung:Cetakan Lima, Penerbit Citra Aditya Bakti
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massal*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- Mulyana Deddy, 2006. *Komunikasi Organisasi dan Penerapan Manajemen Bisnis*, Andi Offset, Yogyakarta.

- Purwanto, Djoko, 2003. **Komunikasi Bisnis**, Edisi Revisi, Jakarta.
- , Djoko, 2006. **KomunikasiBisnis**, EdisiRevisi, , Jakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2003. **Psikologi Komunikasi**. PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Robbins dan Judge, 2008. **Perilaku Organisasi**, Salemba Empat. Jakarta.
- Robbins, Stephen P. 2007. **Perilaku Organisasi (Terjemahan: Benjamin Molan)**. PT INDEKS ; Jakarta
- Singarimbun, Masri. 2006. **Metode Penelitian Survei**. EdisiRevisi. Jakarta : Penerbit Pustaka LP3ES Indonesia
- , Masri. 2011. **Metode Penelitian Survei**. EdisiRevisi. Jakarta : Penerbit Pustaka LP3ES Indonesia
- Sugiyono. 2010. **Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D**. Bandung: Alfabeta
- Wibowo, Fred. 2007. **Teknik Produksi Program Televisi**. Yogyakarta : Pinus Book Publisher
- Widjaja, A. W. 2000. **Komunikasi Organisasi dan Penerapan Manajemen Bisnis, Andi Offset**, Yogyakarta.
- , A. W. 2002. **Komunikasi Organisasi dan Penerapan Manajemen Bisnis, Andi Offset**, Yogyakarta.
- <http://www.pengertianku.net/2016/04/pengertian-berita-dan-ciri-ciri-berita-yang-baik.html> (2 Mei 2018) Sora N
- <https://nasional.kompas.com/read/2013/09/20/1514473/KPI.TVRI.Harus.Benahi.Kualitas.Produksi.Program>.(3 Mei 2018)
- <https://realcounseling.wordpress.com/2016/06/12/instrumen-komunikasi-antar-pribadi> tanggal (20 Mei 2018)