

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan hal penting yang tidak bisa lepas dari seluruh bidang kehidupan. Tiap orang tentu pernah melakukannya, karena pada hakekatnya manusia adalah makhluk sosial yang selalu bergantung pada manusia lain. Menurut (Effendy, 2007 : 1) pengertian komunikasi berdasarkan paradigma Laswell merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Sedangkan menurut Carl I. Hovland dalam (Effendy, 2007 : 1) komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. Manusia adalah makhluk sosial dan membutuhkan komunikasi sehingga satu-satunya cara dan alat yang digunakan agar tetap bisa saling berhubungan adalah dengan berkomunikasi satu sama lain. Baik itu melalui komunikasi sederhana maupun komunikasi yang tergolong canggih karena proses penyampaiannya melalui saluran yang disebut media massa.

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik, berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah orang besar yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesannya bersifat umum, disampaikan secara tepat, serentak dan

selintas (khususnya elektronik). Komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses mempersepsikan pesan yang disampaikan media massa ini (Mulyana, 2008 : 40).

Media massa menurut (McQuail, 2005: 19) mengacu pada pengorganisasian alat atau cara untuk berkomunikasi secara terbuka, dibatasi sebuah jarak dan ruang. Dan ditujukan kepada orang banyak dalam waktu yang singkat. Melalui media massa itulah berbagi informasi, hiburan, dan berita menjadi mudah diciptakan dan terus berkembang berkaitan dengan perkembangan media massa. McQuail (2005 : 19) juga menjelaskan bahwa bentuk-bentuk sarana media massa dimulai dengan lahirnya surat kabar, *film*, siaran radio, televisi, hingga munculnya media elektronik baru seperti *video* teks, *video* komputer, *internet* dan lain-lain.

Perkembangan media massa tersebut dianggap mampu memberikan efek yang beragam bagi setiap individu yang menerimanya, karena tujuan utama dari proses komunikasi massa adalah untuk menimbulkan efek. Gunter (1994) dalam buku McQuail (2005 : 20) menggolongkan efek sebagai bersifat kognitif (keyakinan), afektif (emosi), atau behavioral. Efek kognitif terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui dan dipahami dan dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Selanjutnya, efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau membenci khalayak. Efek ini berkaitan dengan emosi, sikap dan nilai. Sedangkan efek behavioral merujuk pada sikap nyata yang diamat, meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan bersikap.

Menurut Mar'at dalam Effendy (2007 : 5) acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan para penonton, sebab salah satu pengaruh psikologi dari televisi seakan-akan menghipnotis penonton sehingga penonton dihanyutkan dalam suasana pertunjukkan televisi. Kenyataannya televisi tidak selalu menimbulkan peniruan yang negatif, tidak jarang juga yang positif. Yang menjadi persoalan sekarang ialah bagaimana kita harus menggalakkan peniruan yang positif dan mencegah peniruan yang negatif.

Stasiun televisi selaku komunikator berusaha untuk dapat menyampaikan pesan kepada *audiens* atau komunikannya. Pesan ini dapat bertujuan atau berfungsi dalam memberikan informasi, pendidikan, mempersuasi serta menyenangkan dan memuaskan kebutuhan khalayaknya (Deddy, 2008 : 22). Televisi yang sifatnya *audio visual* serta program tayangan yang beragam menjadi daya tarik tersendiri yang dimiliki oleh media ini. Keanekaragaman sajian program acara di televisi memberikan kontribusi pada audiens, yang pada dasarnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. (Deddy, 2008 : 22)

Munculnya siaran televisi komersial swasta semakin menyemarakkan dunia pertelevisian saat ini dan termasuk di dalamnya adalah produk siaran luar negeri. Dimulai pada tahun 1989 dengan munculnya stasiun – stasiun swasta baru seperti, TRANS TV, TV 7, INDOSIAR, RCTI, ANTV, GLOBAL TV, TV ONE, dan METRO TV. Semuanya sekarang makin populer di mata masyarakat dan di tengah perkembangan televisi swasta yang pesat saat ini. Televisi telah menawarkan berbagai macam acaranya yang di format sedemikian rupa, tentu disesuaikan dengan visi dan misi dari televisi itu sendiri. (Baksin, 2006 : 59)

Program acara yang tayang di televisi digolongkan menjadi dua yaitu program informasi (berita) dan program hiburan (*entertainment*). Program berita ini melaporkan berita terkini yang harus segera disiarkan (*hard news*) dan informasi yang merupakan kombinasi dari fakta, *gossip*, dan opini seperti halnya *talk show* (*soft news*). Sedangkan program hiburan dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu musik, drama permainan (*game show*), dan pertunjukkan (*variety show*). (Effendy, 2007 : 5)

Keberhasilan suatu program televisi di sebuah stasiun televisi tak lepas dari para pendukung atau para pekerja yang terlibat dalam proses pembuatan berita. Produksi program televisi di sebuah lembaga penyiaran khususnya televisi, merupakan kerja tim yang terdiri dari direktur pemberitaan, wakil direktur pemberitaan, peneliti berita, pembantu redaksi, penyiar, *reporter*, *editor*, *deputy editor*, *chief assistant editor*, *chief engineer*, dll.

Salah satu kunci sukses dari sebuah program televisi adalah peran dari penyiar. Seorang penyiar atau presenter harus mampu membius para penonton untuk terus tetap menyaksikan, mendengarkan dan memahami kandungan informasi yang disampaikan. Tak jarang pemirsa justru betah bertahan lama – lama di depan televisi hanya dikarenakan penyajian yang disampaikan oleh presenter sangat menarik dan berkesan.

Perlunya seorang penyiar yang menarik dan berbakat dimaksudkan agar lebih dapat menumbuhkan minat pemirsa untuk menonton. Pertimbangan ini harus selalu mendapatkan perhatian bagi para penyelenggara siaran berita televisi.

Penyiar yang memiliki daya tarik dan berbakat adalah mereka yang bukan saja memiliki penampilan dan wajah yang menarik. Ia juga harus memiliki kemampuan intelektual dalam hal menyampaikan materi yang dibawakannya, berimprovisasi dan dapat menguasai tata bahasa (Deddy Iskandar, 2005 : 22)

Berdasarkan penelitian terdahulu yang berjudul "*Persepsi Masyarakat terhadap Etika Komunikasi Pembawa Acara Berita Tepian TV Dalam Memberikan Pesan Berita Kepada Masyarakat Seputar Kota Samarinda*" Presenter bisa dikatakan sebagai komunikator karena ia menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Presenter akan dikatakan sebagai komunikator apabila memiliki empat hal berikut seperti kompetensi, kejujuran, kebenaran, integritas, dan *good will* (kemampuan penyampaian secara baik).

Kompetensi yang dimaksud adalah kemampuan dan kewenangan yang dimiliki komunikator dalam bidang tertentu sesuai dengan yang dibicarakan. Kejujuran dan kebenaran yang dimaksud adalah informasi dan pesan yang disampaikan benar dan apa adanya tanpa ada unsur tambahan atau rekayasa. Integritas ialah memiliki integritas yang tinggi dalam bidang yang ia tekuni (konsisten dan profesional). Poin terakhir adalah *good will* yaitu kemampuan baik untuk menyampaikan informasi yang membangun, menguntungkan semua pihak dan tidak merugikan.

Penampilan dari seorang presenter TV harus menarik atau menawan. Sumber dari sebuah penampilan yang menarik itu berada pada sikap dan perbuatan yang etis dan selalu memperhatikan etika pergaulan. Etis tidak hanya

dalam cara berbusana saja, tetapi juga dalam cara berbicara dan tindak tanduk lainnya. Penampilan ini juga berpengaruh pada program yang ditayangkan. Penampilan presenter TV akan menentukan keberhasilan program yang disampaikan. Sebagai komunikator yang menjembatani presenter TV dengan penonton, presenter TV sangat diharapkan menciptakan hubungan akrab dengan penonton, karena profesinya dianggap sebagai tuntunan oleh masyarakat. Karena itu tingkah laku dan perbuatannya harus disesuaikan dengan budaya dan tatanan sekelilingnya.

Seorang presenter dituntut untuk memiliki etika dan memahami etika komunikator serta sikap dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Individu tersebut harus bisa memaknai apa yang ia sampaikan kepada khalayak luas dan masuk kedalam suasana berita tersebut, maksudnya adalah tak sekedar mengucapkan kata-kata menjadi sebuah kalimat namun tetap mengerti apa yang ia sampaikan sehingga dapat meyakinkan pemirsa untuk yakin dengan isi daripada berita tersebut.

Seiring perkembangan teknologi dan majunya media televisi swasta di Indonesia, membuat media televisi swasta berbasis regional daerah mulai bermunculan. Televisi lokal mulai mempunyai harapan saat Undang-Undang No.32 Tahun 2002 Penyiaran diluncurkan pada 28 November 2002. Peraturan ini memberi pengakuan hukum atas eksistensi lembaga penyiaran lokal, baik swasta, komunitas maupun publik. Bahkan ada satu klausul yang membatasi siaran televisi nasional dengan mengharuskannya berjaringan dengan televisi - televisi lokal (Sudiby, 2004 : 15). Seiring lahirnya Undang-Undang tersebut, TV lokal

mulai mengudara. Tujuan UU ini adalah mengatur tentang Sistem Siaran Berjaringan untuk meletakkan pondasi bagi sistem desentralisasi penyiaran, yaitu memberikan keleluasaan untuk pembangunan ekonomi, kesejahteraan masyarakat di daerah, juga agar tidak terkonsentrasi dipusat (Sudibyo, 2004 : 15)

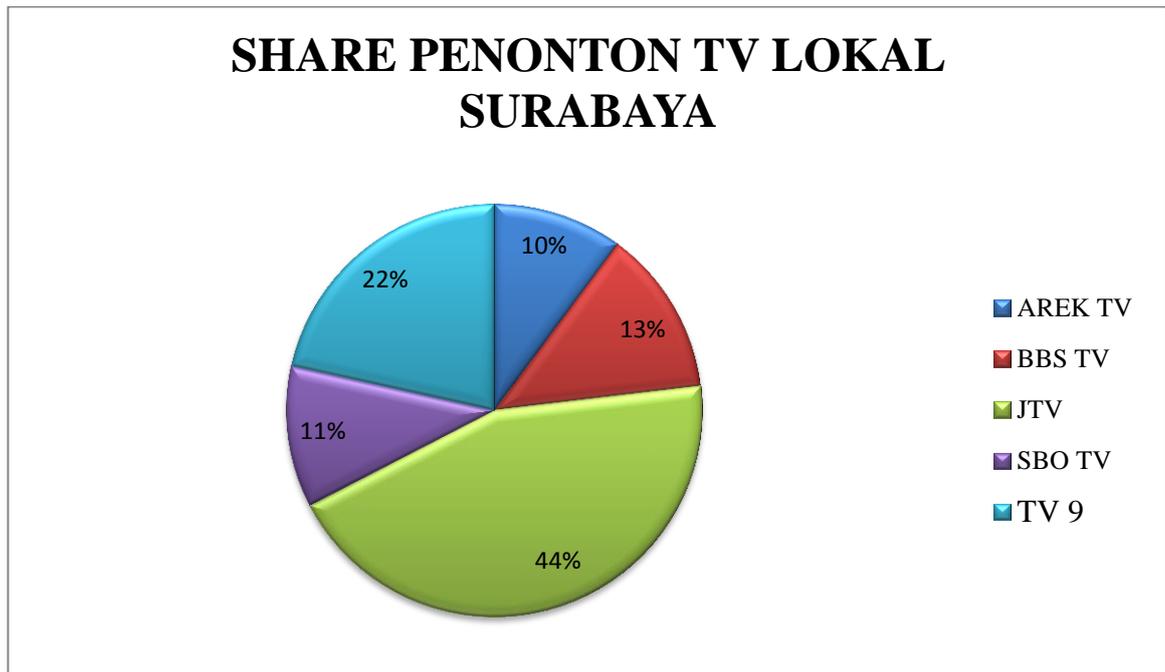
Televisi lokal yang ada di Surabaya berlomba-lomba untuk menarik minat pemirsa setianya untuk memberikan informasi dan program yang beragam. Adapun beberapa stasiun TV Lokal yang berada di Jawa Timur khususnya Surabaya yaitu JTV, TV 9, SBO TV, dll. BBS TV juga merupakan salah satu stasiun televisi lokal daerah yang ada di Surabaya.

Dimiliki oleh PT BAMA BUMI SENTOSA, BBS TV telah sukses menjadi salah satu televisi berjaringan di Jawa Timur. Hal ini terbukti dari televisi jaringan yang dimilikinya berhasil mengembangkan program-program dari daerah masing-masing sedangkan yang *direlay* hanya program-program tertentu. Sebelum menjadi BBS TV stasiun televisi ini sebanyak 1 kali melakukan perubahan nama dan 1 kali *rebranding* nama menjadi BBS TV, yang pada 2008 awal kemunculan stasiun televisi ini bernama BBS TV. Lalu pada tahun 2015 berubah menjadi BIOS TV, dan hanya berselang dua tahun kemudian stasiun televisi lokal ini melakukan *rebranding* namanya menjadi BBS TV kembali. Perubahan yang ada ini tidak mempengaruhi program acara televisi yang tayang. Hanya saja ada beberapa program lainnya yang sudah tidak tayang lagi (sebelum atau sesudah *rebranding*), karena masa kontrak episode yang sudah habis. (Wikipedia, 2018)

Dipenghujung tahun 2017 BBS TV mengeluarkan beberapa program televisi baru yang dapat menarik minat pemirsa untuk menyaksikannya. Program – program baru tersebut antara lain Aksi Komunitas, Bunda Cerdas, Sarapan Yuk, Cerita Boneka, BBS Sport, BBS Talk dan masih banyak lagi. Faktor inilah yang menjadikan BBS TV menjadi stasiun TV lokal yang diminati oleh pemirsa setianya, karena BBS TV selalu berusaha untuk melakukan inovasi-inovasi baru dalam mengemas program acara yang tayang di televisi meskipun pernah melakukan perubahan nama dan *rebranding* kembali. (Wikipedia, 2018)

Program-program yang dimiliki BBS TV memenuhi segmentasi usia anak-anak hingga dewasa. Hal ini juga menjadi salah satu pertimbangan peneliti untuk menjadikan BBS TV sebagai obyek penelitian. BBS TV juga memiliki televisi jaringan *channel* di beberapa wilayah yang tersebar di Jawa Timur, diantaranya Kediri Ch. 41 UHF, Madiun Ch. 27 UHF, Malang Ch. 22 UHF, Banyuwangi Ch. 42 UHF, Bondowoso 41 UHF. Masing-masing biro ini juga memiliki tayangan program siaran yang informasinya berasal dari daerah tersebut. (Wikipedia, 2018)

Berikut ini adalah grafik lingkaran dari BBS TV dan stasiun TV Lokal Surabaya yang diperoleh dari data *Nielsen Television Audience Measurement* periode 31 Desember 2017 – 06 Januari 2018 dan 07 Januari 2018 – 13 Januari 2018.



Gambar 1.1 Grafik Share Penonton Weekly TV Lokal Surabaya Periode 31 Desember 2017 – 06 Januari 2018 dan 07 Januari 2018 – 13 Januari 2018
Sumber : Nielsen Television Audience Measurement (Report Kepemirsaaan Di Surabaya)

Dari data grafik lingkaran diatas, stasiun televisi lokal BBS TV selama dua minggu di awal tahun 2018 menjadi peringkat ketiga dari lima stasiun televisi lokal yang ada di Surabaya dan Sidoarjo (Arek TV). Sebanyak 13% (tiga belas persen) pemirsa di Surabaya memilih channel di BBS TV untuk mendapatkan sebuah informasi dan hiburan. Sedangkan peringkat kedua yaitu TV 9 sebanyak 22 % (dua puluh dua persen) dan peringkat pertama yaitu JTV sebanyak 44 % (empat puluh empat persen).

NO.	PROGRAM	CHANNEL	000s	TVR	DSHR
1.	HAUL GUSDUR KE- 8	BBS TV	28,822	0.06	0.25
2.	SAHABAT FAJAR	BBS TV	7,248	0.01	0.31
3.	SARAPAN YUK	BBS TV	6,882	0.01	0.15
4.	REPLAY	BBS TV	6,428	0.01	0.09
5.	WAYANG KULIT	BBS TV	5,654	0.01	0.06
6.	SAHABAT HATI	BBS TV	5,293	0.01	0.08
7.	DOKUMENTER	BBS TV	4,584	0.01	0.08
8.	SLUMAN SLUMUN SLAMET	BBS TV	4,321	0.01	0.08
9.	MUSIK REALIGI	BBS TV	3,834	0.01	0.09
10.	FASHION ICON	BBS TV	3,151	0.01	0.04

Tabel 1.1 *Top Program Weekly BBS TV Periode 31 Desember 2017 – 06 Januari 2018 dan 07 Januari 2018 – 13 Januari 2018*

Sumber : *Nielsen Television Audience Measurement (Report Kepemirsaaan Di Surabaya)*

Program – program yang menduduki peringkat *Top Program Weekly* periode awal tahun 2018 diatas didominasi oleh program acara yang memiliki unsur realigi didalamnya. Dalam format penyajiannya tetap dibawakan secara menghibur dan tidak membosankan penonton namun tidak menghilangkan unsur – unsur penting dalam keagamaan. Selain program – program diatas yang unggul dan masuk dalam kategori *Top 10 Program Weekly*, BBS TV juga masih mempunyai banyak sajian informasi dan hiburan yang bisa disaksikan oleh pemirsa setianya.

Kesuksesan program yang tayang di BBS TV tersebut tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya presenter atau penyiar yang memandu acara kepada pemirsanya. Namun keyataannya di beberapa program acara BBS TV, presenter diketahui melakukan kesalahan dalam beretika komunikasi. Seperti di tahun 2014 dalam program “Pagi Surabaya”, beberapa kali presenter wanita dalam program tersebut di episode yang berbeda – beda menggunakan pakaian yang terbuka dan memperlihatkan bentuk tubuhnya. (Youtube, 2014)



Gambar 1.2
(Sumber: Channel Youtube BBS TV)



Gambar 1.3
(Sumber: Channel Youtube BBS TV)



Gambar 1.4
(Sumber: Channel Youtube BBS TV)



Gambar 1.5
(Sumber: Channel Youtube BBS TV)

Permasalahan lain muncul pada saat BBS TV sudah berubah nama menjadi BIOS TV tepatnya pada program “Cakrawala” pada tahun 2016 (program *talkshow* ini masih tetap ada sampai saat ini meskipun nama stasiun televisi sudah di *rebranding*). Dalam salah satu episode “Cakrawala” edisi Januari 2016 mengundang selebgram @D_kadoor yang beberapa tahun lalu sempat *viral* di sosial media instagram karena video – video nya yang lucu dan menarik minat pengguna instagram. Dalam *talkshow* tersebut kedua presenter berbincang dengan

narasumber membicarakan perihal banyaknya *followers* instagram Abdul Kadir (D_kadoor) yang banyak dan mencapai ribuan *followers* hanya dengan waktu singkat, karena video yang sudah dibuat oleh Abdul Kadir diminati banyak orang. Kemudian presenter pria dalam program tersebut melontarkan candaan yang tidak seharusnya atau kurang pantas dilontarkan kepada narasumbernya.

“Nah, mungkin kalo pemirsa tau nih followers nya ada 272 K Waduhh ada kata K (read: ribu). Saya yang bekerja itu di dunia presenting dari jaman di Jakarta sampai Surabaya udah berapa tahun, masih ratusan (followers) dia sudah K. Kurang ajar kan dia ini ya.(sambil tertawa)”
(Cakrawala BBS TV, 2016)

Kata “*kurang ajar*” yang diucapkan presenter tersebut tidak etis jika dilontarkan kepada narasumber yang hadir dalam sesi *talkshow* tersebut, apalagi program tersebut berlangsung secara *live*. Tayangan tersebut berpotensi melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran Standar Program Siaran (P3 SPS) dalam Pasal 24 ayat 19 Tahun 2012, yang menjelaskan bahwa “Program siaran dilarang menampilkan ungkapan kasar dan makian, baik secara verbal maupun nonverbal, yang mempunyai kecenderungan menghina atau merendahkan martabat manusia, memiliki makna jorok/ mesum/ cabul/ vulgar, dan/ atau menghina agama dan Tuhan. Kata – kata kasar dan makian tersebut mencakup kata – kata dalam Bahasa Indonesia, bahasa daerah dan bahasa asing.” Namun presenter pria dalam program tersebut tidak mematuhi aturan tersebut dengan baik dan semestinya.
(Hukumonline.com, 2016)

Lalu pada tanggal 5 Maret 2018, KPID Jawa Timur (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) mengirimkan surat undangan klarifikasi kepada BBS TV. Surat tersebut menyebutkan bahwa ditemukan adanya tayangan yang berpotensi melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 SPS). Pelanggaran tersebut diketahui dilakukan BBS TV pada hari Kamis, 22 Februari 2018 dan Senin, 29 Januari 2018. Untuk itu pihak KPID Jawa Timur memanggil pihak BBS TV untuk memberikan klarifikasi dan membawa rekaman *copy* yang diduga melanggar P3 SPS yang ada. Menurut hasil observasi penulis, tayangan yang berpotensi melanggar P3 SPS adalah program berita “BBS Siang” dan “Dokumenter”. (KPID JATIM, 2018)

Fakta-fakta diatas adalah beberapa kesalahan yang diketahui peneliti terjadi selama kurun waktu kurang lebih lima tahun terakhir, yang sudah dilakukan oleh BBS TV. Baik itu pelanggaran yang dilakukan oleh presenternya sendiri atau pelanggaran tayangan yang dilakukan oleh BBS TV. Dari permasalahan diatas peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana etika seorang presenter BBS TV dalam menyampaikan informasinya kepada khalayak, karena seorang presenter dianggap mampu untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi dan memiliki wawasan yang luas. Hal ini menyebabkan pemirsa tertarik untuk melihatnya karena presenter suatu program acara dianggap sebagai komunikator yang baik dan berkompeten.

Peneliti juga memilih BBS TV sebagai obyek penelitian karena dari data dan hasil observasi yang peneliti peroleh, meskipun terbilang baru (pasca *rebranding*) BBS TV mampu berinovasi dengan menghadirkan program baru dan

mendapat peringkat ketiga dari stasiun TV Lokal Surabaya yang lainnya. Namun dibalik sisi positif yang ada di BBS TV yaitu salah satunya dari segi *rating*, faktanya di lapangan presenter yang membawakan program acara di BBS TV masih melakukan kesalahan – kesalahan dalam beretika komunikasi pada saat *live* berlangsung. Hal ini juga diperkuat pada tahun 2011 silam, BBS TV diketahui memiliki pelanggaran tayangan yang berpotensi melanggar aturan P3 SPS. Sebanyak 290 tayangan yang ada di BBS TV berpotensi melanggar P3 SPS yang sudah dibuat oleh KPID Jatim. Bentuk pelanggarannya pun bervariasi, mulai dari tayangan yang tidak di sensor, hingga presenter wanita yang terlalu memamerkan bagian tubuh dari dada, paha, dan kaki juga mendapatkan peringatan. (KPID, 2011)

Alasan lain peneliti tertarik untuk memilih subjek etika komunikasi presenter televisi sebagai fokus penelitian adalah, karena pada tanggal 16 Agustus 2017 silam presenter TV ONE dalam program berita “Kabar Hari Ini” diketahui melakukan kesalahan dalam statement yang dikeluarkannya. Ia mengomentari doa ketua PKS Tifanul Sembiring, agar badan Jokowi bertambah gemuk. Namun Windy Wellingtonia selaku presenter menambahi komentar dengan kalimat “*asal jangan rekening Jokowi saja yang menjadi gemuk.*” Komentar tersebut langsung menimbulkan pro dan kontra di sosial media sehingga kejadian itu dilaporkan oleh Muh Yamin (SEKNAS Presiden) ke KPI. (Detik.com, 2017)

Kasus lain terjadi pada awal Februari 2018 di stasiun televisi CNN Indonesia. Dalam program berita ini, Indera Maulana selaku Presenter dalam program “*Prime News*” melakukan wawancara *via telephone* dengan Mawardi

Ali selaku Bupati Aceh Besar. Dalam wawancara tersebut kedua pihak membicarakan perihal aturan baru di Aceh Besar yang menyatakan bahwa seluruh maskapai yang mendarat di Bandara Sultan Iskandar Muda, mewajibkan bagi pramugari yang beragama Muslim untuk menggunakan jilbab dan busana tertutup sesuai dengan syariat Islam. Sedangkan untuk yang Non Muslim, bisa menggunakan pakaian yang disesuaikan pada saat mendarat di Aceh Besar. Perbincangan melalui telephone ini mulai memanas pada saat Bupati Aceh Besar berkata bahwa Indera Maulana tidak paham perbedaan antara Hukum Tata Negara dengan Hukum Syariat Islam. Respon balsan dari Indera Maulana pun menimbulkan pro dan kontra di kalangan masyarakat. Ia merespon Ali Mawardi dengan menggunakan intonasi tinggi dan *body language* menunjuk – nunjuk narasumber didepan kamera sehingga menyebabkan sambungan *line telephone* itu diputus oleh Ali Mawardi. (Timur – TribunNews.com, 2018)

Fakta – fakta diatas menyebutkan bahwa hal tersebut sangat bertentangan dengan etika penyiar sebagai profesi dalam menyampaikan infomasi berita dengan menggunakan bahasa. Penyiar sebagai profesi adalah segala tingkah laku, tutur kata, gaya, bahasa, pengetahuan, intelegensi, dan pergaulannya haruslah profesional. Seorang penyiar adalah komunikator ia dituntut untuk dapat berbicara dengan suara jelas, materi jelas, dan cara penyampaian yang mudah ditangkap maksudnya. Pendek kata dalam tugasnya sebagai komunikator, ia dituntut menjadi seorang komunikator yang baik dalam membawakan pesannya bagi komunikan. Sebagai seorang komunikator yang baik, ia harus mampu berbicara dengan bahasa yang digunakan oleh komunikan dengan baik dan komunikatif.

Seorang penyiar harus dapat berbahasa dan mampu berbicara dengan baik, benar, dan menarik. (Ary Janoe, 2010)

Berdasarkan observasi fenomena atau permasalahan yang sudah terjadi, peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai “Persepsi Pemirsa Terhadap Etika Komunikasi Presenter Lokal BBS TV” karena dari permasalahan yang sudah terjadi diatas, faktanya dilapangan masih saja ada terjadi kesalahan dalam etika komunikasi presenter dari berbagai macam aspek yang ada.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut:

“Bagaimana persepsi pemirsa terhadap etika komunikasi presenter lokal BBS TV ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, tujuan penelitian ini adalah:

“Untuk mengetahui bagaimana persepsi pemirsa terhadap etika komunikasi presenter lokal BBS TV.”

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara akademis, peneliti berharap agar penelitian ini dapat menambah pengetahuan dunia ilmu komunikasi khususnya dibidang pertelevisian

yang masuk dalam kurikulum mata kuliah komunikasi massa dan profesi presenter yang masuk dalam kurikulum mata kuliah *public speaking*.

2. Secara praktis, peneliti berharap studi ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola televisi yang bersangkutan dalam tujuannya untuk meningkatkan kinerja presenter untuk dapat menciptakan program-program yang berkualitas serta untuk meningkatkan kinerja yang lebih profesional.