

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Televisi masih menjadi media informasi yang hingga saat ini tetap diminati oleh banyak kalangan khususnya milenial karena televisi memberikan sumber informasi yang mudah diakses setiap saat (Fitra, 2020). Sementara itu, pada awal tahun 2000-an muncul media online yang juga memberikan akses informasi kepada masyarakat. Kedua media tersebut adalah model bisnis yang sama-sama mengandalkan iklan sebagai sumber pendapatan, dengan pengecualian stasiun televisi nasional yang diberi anggaran oleh negara. Semakin banyak iklan, maka semakin banyak pula pendapatan yang dihasilkan.

Pada bisnis stasiun televisi terdapat *Nielsen Ratings* yaitu pemeringkatan stasiun televisi yang dilakukan oleh Nielsen Media Research, sebuah organisasi dunia yang melakukan pemeringkatan terhadap stasiun televisi. Semakin tinggi *Nielsen Ratings* suatu kanal televisi maka kepemirsaaan televisi tersebut juga tinggi sehingga semakin banyak perusahaan memasang iklan didalamnya.

Sementara itu, dalam media online terdapat sistem pengiklanan yang bernama *AdSense* dari perusahaan digital Google. *AdSense* adalah program periklanan berbasis CPC (cost-per-click) yang memungkinkan pemilik media mendapatkan penghasilan dari kepemirsaaan iklan yang terpasang (Latifah, 2020). *AdSense* bekerja dengan cara menghitung seberapa banyak pengunjung melihat iklan pada suatu media yang kemudian menghitung keuntungannya. Semakin banyak iklan dilihat, maka tingkat keuntungan yang dihasilkan oleh pemilik media meningkat. Dalam pengiklanan *AdSense*, pemilik media tidak dapat sepenuhnya mengendalikan iklan apa saja yang akan ditampilkan di medianya melainkan dipilih oleh Google *AdSense*.

Pada *Nielsen Ratings* terdapat informasi yang memuat seberapa tinggi kepemirsaaan stasiun televisi beserta program yang paling populer di kalangan pemirsa (Bachdar, 2018). Informasi tersebut dijadikan referensi oleh perusahaan untuk memasang iklan maupun memberi sponsor pada suatu acara televisi.

Sementara itu, pada media online perusahaan tidak memasang iklan secara langsung pada media melainkan melalui perusahaan pihak ketiga seperti Google *AdSense*. Sehingga keuntungan pada media online tidak bergantung pada kepemirsaaan media melainkan kepemirsaaan iklan. Hal yang berbeda terjadi pada stasiun televisi swasta yang mengandalkan kepemirsaaan media untuk meningkatkan *Nielsen Rating*-nya. Dalam kata lain, *Nielsen Rating* memberikan referensi yang lebih kredibel dan terperinci bagi perusahaan yang akan memasang iklannya. Sehingga, penelitian ini difokuskan pada stasiun televisi swasta nasional dengan pertimbangan peran dari *Nielsen Rating* tersebut.

Pada bisnis televisi maupun media online, keduanya sama-sama menyediakan program berita. Pada dua tahun terakhir, terjadi peningkatan kepemirsaaan televisi pada program berita sebesar 25% (Lubis, 2020). Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat memiliki minat yang tinggi pada program berita. Lebih lanjut, menurut Peter Herford, Wakil Presiden Stasiun CBS News, menyatakan bahwa setiap stasiun televisi dapat menayangkan berbagai program hiburan seperti film, music, kuis, *talkshow*, dan lain sebagainya, tetapi siaran berita merupakan program yang mengidentifikasi suatu stasiun televisi terhadap pemirsanya. Program berita menjadi identitas khusus yang dimiliki oleh stasiun televisi. Oleh sebab itu, program berita menjadi nilai tersendiri di mata para pemirsa televisi.

Melihat pentingnya peran program berita pada kepemirsaaan televisi, dapat diketahui bahwa *news reporter* memainkan peran yang penting dalam proses produksi berita. Menurut KBBI, reporter adalah orang yang pekerjaannya melaporkan (berita peristiwa, dan sebagainya) serta penyusun laporan untuk disiarkan di televisi atau dimuat di koran dan majalah. Lebih lanjut, *news reporter* dapat berfungsi sebagai wartawan maupun penyiar (Sarasjati, 2014). Tugas wartawan tersebut antara lain melaporkan berita, menyelidiki latar belakang berita, serta menyusun dan melakukan wawancara terhadap narasumber. Sementara itu, tugas kepenyiaran adalah memberikan laporan secara fasih dan spontan dengan memerhatikan intonasi dan penggunaan *body language* yang baik.

Pekerjaan reporter sendiri dibagi menjadi empat kategori yaitu reporter berita lapangan (*news reporter*), pembaca berita (*news reader*), penyiar berita (*news*

caster), dan jangkar berita (*news anchor*). Sebagai informasi, jangkar berita (*news anchor*) adalah garda terakhir dalam penyampaian berita sekaligus yang paling bergengsi. Semua *news anchor* dimulai dari karir seorang *news reporter*. Sehingga secara tugas dan fungsinya, *news reporter* merupakan garda terdepan dalam pembuatan konten berita.

Menurut Deddy (2005), seorang *news reporter* harus terlatih dengan baik dalam mengumpulkan bahan berita, menyelidiki berita, hingga pengembangan informasi sehingga dihasilkan fakta yang dapat diterima oleh audiensnya. Informasi tidak dapat tersampaikan begitu saja tanpa adanya penyajian yang baik oleh seorang *news reporter*. Lebih lanjut, terdapat beberapa kriteria informasi untuk dapat dikatakan layak diberitakan. Kriteria tersebut antara lain :

- a. Timeliness yang berarti tepat waktu. Pemilihan berita yang akan disajikan harus tepat dengan waktu yang dibutuhkan oleh pemirsa. Salah satu contohnya adalah berita bencana yang harus disiarkan secepat mungkin untuk menghindari hilangnya aktualitas.
- b. Proximity yang berarti kedekatan. Kedekatan yang dimaksud adalah dekat dilihat dari segi lokasi, pertalian ras, profesi kepercayaan, kebudayaan maupun kepentingan yang terkait. Sebagai contoh, stasiun televisi di DKI Jakarta akan lebih banyak mengulas berita tentang fenomena di sekitarnya.
- c. Prominence yang berarti orang terkemuka. Ketika berita memuat orang yang terkenal misalnya tokoh politik, maka ketertarikan orang terhadap berita akan semakin tinggi.
- d. Conflict yang berarti konflik. Dalam berita, konflik memiliki nilai yang sangat tinggi. Artinya, konflik dapat meningkatkan *engagement* masyarakat terhadap topik berita yang memungkinkan berita untuk dibuat secara berkesinambungan (*follow up news*). Tantangannya bagi *news reporter* adalah mengembangkan berita dengan menarik tanpa menimbulkan kesan memihak dan timpang sebelah.
- e. Human interest yang berarti memiliki daya tarik. Ketika sebuah berita memiliki daya tarik tinggi semisal mengulas tentang hobi, tempat wisata, atau fenomena unik maka akan memiliki nilai interest yang tinggi.

Kelayakan tersebut menjadi pertimbangan bahwa berita tersebut menarik sekaligus sesuai dengan pemirsanya. Oleh sebab itu, narasi berita yang telah disusun oleh *news reporter* harus mendapatkan persetujuan dari produser berita sebelum disiarkan. Apabila narasi berita mengandung hal-hal yang tidak sesuai dengan kriteria maka harus dilakukan penyesuaian kembali.

Dewasa ini, perkembangan teknologi dalam pengiriman gambar dan suara (*electronics news-gathering techniques*) mengharuskan seorang *news reporter* dengan cepat meliput berita dengan cara mendatangi langsung lokasi berita. Terutama pada jenis berita keras (*hardnews*) yaitu segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus “segera” ditayangkan agar dapat diketahui khalayak *audience* secepatnya. Misalnya konflik, dalam berita-berita mengenai konflik televisi menjadi medium informasi yang dipercaya, karena televisi menyajikan gambar yang menjadi bukti tak terbantahkan. Oleh sebab itu, sebelum melakukan *news gathering* seorang *news reporter* harus memiliki wawasan yang luas mengenai situasi di lapangan. *News reporter* dituntut untuk mempunyai *sense of news* yang tinggi, pengetahuan jurnalistiknya tidak setengah-setengah. Semuda apapun seorang *news reporter*, ia adalah pemimpin dalam proses pengambilan berita (Morissan, 2008). Tentunya dalam pengambilan berita tersebut, diperlukan *creativity* yang dapat merubah serangkaian fenomena dan peristiwa menjadi satu narasi yang utuh dan menarik untuk disaksikan.

Dalam bukunya, Idris (1987) menyebutkan terdapat unsur wajib dalam berita yaitu informasi haruslah benar dan tepat (*accurate*), menarik (*interesting*), terbaru (*actual*), serta harus mengandung penjelasan (*explanation*). Tugas pencarian berita oleh *news reporter* mengacu pada unsur tersebut. Terlepas dari hal pokok, terkadang seorang *news reporter* harus melakukan kerja ekstra di lapangan diluar kerangka kerja yang sudah direncanakan. Penyebabnya adalah ketidakpastian lapangan seperti perubahan waktu yang mendadak untuk melakukan wawancara, narasumber yang berhalangan, serta situasi mencekam seperti sengketa agraria ataupun aksi kejar-kejaran kriminal kelas kakap, merupakan rintangan bagi seorang reporter. Meski begitu, dalam situasi yang normal pun seorang *news reporter* tetap

memerlukan kreativitas yang mumpuni. Dalam wawancara singkatnya, Hayuningdyah (2022) menyebutkan bahwa sebagai *news reporter* ia dituntut untuk dapat mengemas fenomena biasa seperti kuliner menjadi menarik untuk disaksikan oleh pemirsanya.

Contoh halangan yang lain adalah ketika merencanakan wawancara, narasumber A1 tidak dapat dijangkau oleh *news reporter* untuk diwawancarai. Dalam hal ini, narasumber A1 merupakan orang yang berkaitan langsung dengan peristiwa misalnya tokoh yang mengeluarkan pernyataan kontroversial. Dengan tidak terjangkaunya narasumber A1, *news reporter* harus mencari jalan untuk menemukan penggantinya entah itu narasumber tidak langsung atau mencari pada sesama *news reporter* yang mungkin sudah memiliki informasi.

Dalam penelitiannya, Akgunduz dkk. (2018) mengemukakan bahwa *employee creativity* ditunjukkan sebagai kemampuan kreatif karyawan dalam menyelesaikan masalah dalam pekerjaannya, mengambil keputusan, serta menciptakan gagasan. Menurut Amabile (1988) dan Young (1994), *employee creativity* ditandai dengan karyawan yang selalu berupaya menemukan cara-cara baru dalam melakukan tugas serta berkaitan dengan perilaku inovatif. Sebagaimana diketahui diatas, dalam melaksanakan pekerjaannya *news reporter* menghadapi banyak tantangan yang membutuhkan kreativitas untuk menyelesaikannya. Oleh sebab itu, *employee creativity* dianggap sebagai fenomena yang menarik untuk diteliti pada *news reporter*.

Tierney dkk. (1999) menyatakan terdapat empat faktor kreativitas yaitu motivasi internal, *innovative cognitive*, *leadership*, dan *organizational support*. Oleh karena itu, perspektif karyawan terhadap organisasi mereka (*perceived organizational support*) dipertimbangkan sebagai salah satu prediktor dari *employee creativity*. Dalam penelitiannya, Eisenberger dkk. (1986) menjelaskan *perceived organizational support* sebagai perspektif karyawan dalam memandang bagaimana organisasi tempat mereka bekerja dalam mempedulikan kesejahteraan karyawannya. Hal ini juga berlaku pada seorang *news reporter*. Seorang *news reporter* sering berhubungan dengan bagian stasiun televisi yang lain misalnya kepala produser berita. Hubungan kerja yang afektif tentu akan membuat reporter

merasa lebih sejahtera secara emosional dalam pekerjaan mereka. Lebih lanjut, terdapat kemungkinan dimana seorang *news reporter* yang diperhatikan kesejahterannya oleh stasiun televisi tempat ia bekerja akan memiliki kreativitas yang tinggi. Sehingga, penelitian ini nantinya akan membahas lebih lanjut *perceived organizational support* dan pengaruhnya pada kreativitas *news reporter*.

Berakar dari studi oleh Bateman & Crant (1993) yang membahas tentang kepribadian proaktif pada individu dan pengaruhnya pada lingkungan, Kim dkk. (2009) melakukan studi tentang *proactive personality* atau kepribadian proaktif terhadap karyawan dan menemukan bukti bahwa individu yang proaktif memiliki performa kerja yang lebih baik. Salah satu bentuk perilaku proaktif pada *news reporter* adalah mencari informasi yang akurat di lapangan serta mencari pengganti narasumber yang berhalangan. Tanpa perilaku proaktif seperti itu, *news reporter* tidak mendapatkan informasi yang memadai untuk secara kreatif merumuskan berita. Sehingga tidak menutup kemungkinan terdapat pengaruh *proactive personality* terhadap kreativitas *news reporter* yang memengaruhi pekerjaannya.

Sementara itu, Pratt & Ashforth (2003) menyebutkan *meaning* sebagai hasil dari individu dalam merasakan dan mendalami sesuatu. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa makna atau *meaning* adalah aspek yang penting dalam kehidupan manusia. Begitupun dalam pekerjaan, *meaning of work* tentu akan menjadi faktor dalam memengaruhi performa kerja dan kreativitas melalui aspek *innovative cognitive*. Telah diketahui sebelumnya bahwa seorang *news reporter* harus mengetahui seluk beluk pekerjaannya secara detail. Dengan kata lain, *news reporter* yang cakap dalam menyiarkan berita telah memahami *meaning* dari pekerjaannya.

Lebih lanjut, Kahn (1990) mengemukakan *work engagement* sebagai keterikatan karyawan pada pekerjaannya sehingga karyawan melakukan *effort* yang lebih karena merasa pekerjaan itu adalah bagian dari dirinya. Seorang karyawan yang merasa *engage* dengan pekerjaannya akan merasakan emosi positif terhadap pekerjaan dan menunjukkan tindakan kreatif (Asif et al., 2019). Dalam melakukan pekerjaan *news gathering*, seorang *news reporter* tentu memiliki bidang keahlian masing-masing. *News reporter* pada bidang sosial dan politik biasanya akan

senantiasa bersemangat dan antusias ketika mewawancarai seorang tokoh politik. Hal tersebut menunjukkan keberadaan *work engagement* pada *news reporter*.

Mengacu pada pentingnya peran kreativitas dalam media massa dan *content creation* – termasuk didalamnya program berita televisi – diperlukan suatu penelitian yang mengamati faktor-faktor yang memengaruhi kreativitas itu sendiri. Penelitian sebelumnya oleh Porter (1991) menyebutkan bahwa kreativitas merupakan salah satu pondasi utama dalam menjalankan strategi organisasi dan menjaga keberlangsungan masa depan organisasi tersebut. Stasiun televisi merupakan organisasi yang beroperasi secara luas pada bidang *content creation*. Keberadaan *creativity* pada *news reporter* sebagai karyawan stasiun televisi diyakini dapat berdampak positif bagi kemajuan organisasi. Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan untuk mengamati fenomena *employee creativity* pada *news reporter* dan faktor yang memengaruhinya.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bukti empiris dari dampak positif *perceived organizational support* dan *proactive personality* terhadap *employee creativity* pada karyawan hotel di Turki, dengan *meaning of work* sebagai mediasi (Akgunduz et al., 2018). Penelitian tersebut dilakukan pada 274 karyawan di 6 hotel bintang 5 di Turki. Meski subjek penelitian adalah karyawan hotel, tidak menutup kemungkinan terdapat fenomena yang sama pada *news reporter* dikarenakan perusahaan hotel dan stasiun televisi adalah sama-sama perusahaan yang menyediakan jasa.

Sementara itu, masih sangat sedikit penelitian yang membahas mengenai *employee creativity* pada *news reporter* stasiun televisi swasta nasional. Sehingga, penelitian ini dapat membantu memberikan sumbangan praktis maupun teoritis mengenai *employee creativity* khususnya pada *news reporter* stasiun televisi swasta nasional. Lebih lanjut, penelitian ini kemudian menambahkan *work engagement* sebagai variabel mediasi untuk membantu menjelaskan hubungan antara *independent variable* (*perceived organizational support*, dan *proactive personality*) dengan *dependent variable* (*employee creativity*). Sementara itu, variabel mediasi dari penelitian Akgunduz dkk. (2018) yaitu *meaning of work* tetap dipertahankan

dalam penelitian ini dengan pertimbangan fungsional. Semakin banyak variabel mediasi yang ada maka hasil penelitian diharapkan semakin komprehensif.

Melalui berbagai pertimbangan, peneliti merumuskan lima variabel yang akan diteliti pada *news reporter* televisi swasta nasional di DKI Jakarta. Dengan demikian, judul penelitian skripsi adalah sebagai berikut : **“EMPLOYEE CREATIVITY NEWS REPORTER: PERAN PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT, PROACTIVE PERSONALITY, MEANING OF WORK, DAN WORK ENGAGEMENT”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh *Perceived Organizational Support* terhadap *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional?
2. Apakah terdapat pengaruh *Proactive Personality* terhadap *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional?
3. Apakah terdapat pengaruh *Perceived Organizational Support* terhadap *Meaning of Work* pada *news reporter* televisi swasta nasional?
4. Apakah terdapat pengaruh *Perceived Organizational Support* terhadap *Work Engagement* pada *news reporter* televisi swasta nasional?
5. Apakah *Proactive Personality* memengaruhi *Meaning of Work* pada *news reporter* televisi swasta nasional?
6. Apakah *Proactive Personality* memengaruhi *Work Engagement* pada *news reporter* televisi swasta nasional?
7. Apakah *Meaning of Work* memengaruhi *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional?
8. Apakah *Work Engagement* memengaruhi *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional?
9. Apakah *Meaning of Work* menjadi mediasi pada hubungan antara *Perceived Organizational Support* dengan *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional?
10. Apakah *Work Engagement* menjadi mediasi pada hubungan antara *Perceived Organizational Support* dengan *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional?

11. Apakah *Meaning of Work* menjadi mediasi pada hubungan antara *Proactive Personality* dengan *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional?
12. Apakah *Work Engagement* menjadi mediasi pada hubungan antara *Proactive Personality* dengan *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *Perceived Organizational Support* terhadap *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari *Proactive Personality* terhadap *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *Perceived Organizational Support* terhadap *Meaning of Work* pada *news reporter* televisi swasta nasional.
4. Untuk mengetahui pengaruh dari *Perceived Organizational Support* terhadap *Work Engagement* pada *news reporter* televisi swasta nasional.
5. Untuk mengetahui bagaimana *Proactive Personality* memengaruhi *Meaning of Work* pada *news reporter* televisi swasta nasional.
6. Untuk mengetahui bagaimana *Proactive Personality* memengaruhi *Work Engagement* pada *news reporter* televisi swasta nasional.
7. Untuk mengetahui bagaimana *Meaning of Work* memengaruhi *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional.
8. Untuk mengetahui bagaimana *Work Engagement* memengaruhi *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional.
9. Untuk mengetahui apakah *Meaning of Work* menjadi mediasi pada hubungan antara *Perceived Organizational Support* dengan *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional.
10. Untuk mengetahui apakah *Work Engagement* menjadi mediasi pada hubungan antara *Perceived Organizational Support* dengan *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional.

11. Untuk mengetahui apakah *Meaning of Work* menjadi mediasi pada hubungan antara *Proactive Personality* dengan *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional.
12. Untuk mengetahui apakah *Work Engagement* menjadi mediasi pada hubungan antara *Proactive Personality* dengan *Employee Creativity* pada *news reporter* televisi swasta nasional.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat. Secara garis besar dibagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis merupakan manfaat yang berkaitan terhadap pengembangan pengetahuan akademik dan juga penelitian. Sedangkan manfaat praktis merupakan manfaat secara langsung dari hasil penelitian yang dapat digunakan oleh pihak terkait yang membutuhkan, dalam hal ini adalah *news reporter* dan stasiun televisi swasta nasional di DKI Jakarta.

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan terhadap ilmu manajemen sumber daya manusia terutama mengenai pengaruh *Proactive Personality* terhadap *Employee Creativity* dengan *Meaning of Work* dan *Work Engagement* sebagai mediasi. Hal ini dimungkinkan karena banyaknya individu dengan *proactive behaviour* namun cenderung masih berbentuk potensi. Selain itu, peran *meaning of work* sebagai pemaknaan terhadap pekerjaan dan *work engagement* sebagai keterikatan seorang individu terhadap pekerjaannya dinilai cukup vital dalam organisasi.
2. Penelitian ini nantinya dapat memberikan sumbangsih ilmiah di dalam bidang organisasi dan sumber daya manusia bagi penelitian berikutnya mengenai pengaruh *Percieved Organizational Support* terhadap *Employee Creativity* dengan *Meaning of Work* dan *Work Engagement* sebagai mediasi.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam bentuk hasil dari serangkaian pengujian hipotesis terhadap *news reporter*. Dari hasil tersebut, selanjutnya dapat dielaborasi dan disesuaikan supaya dapat membantu stasiun televisi nasional dalam meningkatkan *Employee Creativity* para reporter lapangan

dengan mempersiapkan program berkaitan dengan *Perceived Organizational Support*, *Proactive Personality*, *Meaning of Work*, dan *Work Engagement*. Hasilnya dapat berupa dukungan bagi kinerja *news reporter*.

2. Penelitian ini dapat membantu organisasi bisnis lainnya sebagai rujukan refrensi ilmiah terkait pentingnya *Perceived Organizational Support*, *Proactive Personality*, *Employee Creativity*, *Meaning of Work*, dan *Work Engagement* terhadap keberlangsungan organisasi baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat untuk memudahkan pembaca dalam mengetahui isi skripsi ini secara garis besar. Adapun dalam skripsi ini memuat lima bab yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Secara umum, Bab 1 menjabarkan tentang fenomena dan urgensi atas perlunya penelitian ini yang mana dijadikan dasar atas perumusan masalah dan tujuan, serta manfaat yang diharapkan dari penelitian ini. Lebih lanjut, Bab 1 terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

2. BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Secara umum, Bab 2 menjabarkan tentang dasar teoritis yang digunakan dalam penelitian ini, serta penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis. Lebih lanjut, Bab 2 terdiri dari Landasan Teori, Penelitian Terdahulu, Perbandingan antar Variabel Penelitian Terdahulu dengan Penelitian ini, Keterkaitan antar Variabel dan Kerangka Konsep.

3. BAB 3 METODE PENELITIAN

Secara umum, Bab 3 menjabarkan tentang hal-hal teknis terkait dengan penelitian, seperti pengukuran variabel, data, dan teknik analisis untuk membuktikan hipotesis. Lebih lanjut, Bab 3 terdiri dari Pendekatan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional Variabel, Jenis dan

Sumber Data, Prosedur Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel, dan Teknik Analisis.

4. BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum, Bab 4 menjabarkan tentang pembahasan atas penelitian ini. Adapun Bab 4 terdiri dari Gambaran Umum Objek Penelitian, Karakteristik Responden, Deskripsi Variabel Penelitian, Analisis Model dan Pengujian Hipotesis, serta Pembahasan atas hasil pengujian hipotesis.

5. BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Secara umum, Bab 5 memaparkan tentang hasil akhir penelitian ini yang terdiri dari Simpulan dan Saran yang diberikan kepada penelitian selanjutnya dan *news reporter* stasiun televisi swasta nasional.