

TEKNIK WAWANCARA DAN NARASUMBER MEDIA CETAK, RADIO, TELEVISI DAN MEDIA ONLINE

Winda Kustiawan¹, Dila Fitria², Wardatul Azmi Hasibuan³, Aqila Zahra⁴, Rifka Nur Azmi⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

kustiawanwindakustiawan@uinsu.ac.id¹, dilafitria180@gmail.com²,
wardatulazmi04@gmail.com³, aqilazahrahp@gmail.com⁴, rifkanurazmi27@gmail.com⁵

ABSTRAK

Wawancara merupakan salah satu metode komunikasi penting dalam media cetak, radio, televisi, dan media online. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persiapan, teknik bertanya, serta optimalisasi hasil wawancara di berbagai media, termasuk etika dan tantangan yang dihadapi. Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (library research) dengan menganalisis literatur terkait teknik wawancara lintas media. Temuan menunjukkan bahwa setiap media memiliki karakteristik unik yang memengaruhi gaya komunikasi dan penyajian hasil wawancara. Selain itu, etika, seperti menjaga privasi narasumber dan akurasi informasi, menjadi prinsip utama dalam wawancara. Optimalisasi hasil wawancara melibatkan penyesuaian format dengan karakter media untuk memastikan informasi menarik dan relevan bagi audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa wawancara yang efektif membutuhkan adaptasi, profesionalisme, dan penerapan prinsip etika yang kuat.

Kata Kunci: Wawancara Media, Teknik Komunikasi, Etika Wawancara, Optimalisasi Informasi.

ABSTRACT

Interviewing is a critical communication method in print media, radio, television, and online platforms. This study aims to examine preparation, questioning techniques, and optimization of interview results across various media, including ethics and challenges faced. This research utilizes the library research method by analyzing literature related to cross-media interviewing techniques. Findings reveal that each medium has unique characteristics influencing communication styles and presentation of interview results. Additionally, ethics, such as respecting the privacy of sources and ensuring information accuracy, are fundamental principles. Optimizing interview outcomes involves adjusting formats to media characteristics, ensuring engaging and relevant content for the audience. The study concludes that effective interviews require adaptation, professionalism, and strong adherence to ethical principles.

Keywords: Media Interviews, Communication Techniques, Interview Ethics, Information Optimization.

A. PENDAHULUAN

Wawancara adalah salah satu metode komunikasi yang sangat penting dalam dunia jurnalistik dan media, baik untuk tujuan pemberitaan, dokumentasi, maupun sebagai bagian dari proses komunikasi massa. Sebagai inti dari proses pengumpulan informasi, wawancara membutuhkan teknik dan keterampilan khusus agar pesan yang ingin disampaikan dapat ditangkap dengan akurat, sekaligus menarik bagi audiens. Dalam praktiknya, teknik wawancara bervariasi sesuai dengan jenis media yang digunakan, seperti media cetak, radio, televisi, dan media online. Perbedaan karakteristik tiap media ini mengharuskan pewawancara untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi, memahami esensi setiap medium, dan menyesuaikan pendekatan komunikasi agar informasi yang didapatkan tidak hanya relevan tetapi juga sesuai dengan kebutuhan audiens. Hal ini menjadikan persiapan wawancara sebagai tahap krusial yang menentukan kualitas interaksi antara pewawancara dan narasumber.

Persiapan wawancara melibatkan banyak aspek, seperti riset tentang narasumber dan topik yang akan dibahas, memahami konteks media yang akan digunakan, dan merancang pertanyaan yang mampu menggali informasi secara mendalam. Media cetak, misalnya, menuntut pewawancara untuk mampu menangkap detail narasi yang deskriptif dan jelas, sementara radio lebih fokus pada elemen suara yang menciptakan pengalaman mendengarkan yang engaging. Di sisi lain, televisi memberikan tekanan pada elemen visual dan ekspresi nonverbal dari pewawancara dan narasumber, sedangkan media online memiliki tantangan untuk menghadirkan wawancara yang bersifat real-time, interaktif, dan mudah diakses oleh audiens global. Dalam konteks ini, teknik bertanya yang profesional menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa pewawancara mampu menjaga alur wawancara tetap dinamis dan produktif.

Teknik bertanya yang efektif mencakup kemampuan untuk merancang pertanyaan terbuka yang merangsang diskusi mendalam, menggunakan probing questions untuk memperjelas atau menggali detail tambahan, dan menerapkan strategi mendengarkan aktif. Teknik ini memastikan bahwa narasumber merasa didengar dan dihargai, sehingga lebih terbuka dalam menyampaikan informasi. Selain itu, penting untuk memahami bahwa gaya komunikasi yang digunakan dalam wawancara harus disesuaikan dengan karakteristik media. Pewawancara yang terampil akan mampu menyesuaikan intonasi, bahasa tubuh, dan cara penyampaian informasi sesuai dengan kebutuhan audiens. Sebagai contoh, wawancara untuk media cetak mungkin membutuhkan pendekatan formal dan berorientasi pada detail, sementara

wawancara untuk televisi harus memadukan verbal dan nonverbal dengan kuat agar mampu menarik perhatian visual.

Di sisi lain, proses wawancara juga dihadapkan pada berbagai tantangan dan tuntutan etika yang tidak bisa diabaikan. Pewawancara harus menjunjung tinggi prinsip-prinsip kejujuran, menghormati privasi narasumber, dan menghindari manipulasi informasi. Tantangan lainnya meliputi tekanan waktu, kendala teknis, dan kemampuan untuk tetap fokus meskipun menghadapi situasi yang tidak terduga selama wawancara. Dalam wawancara televisi, misalnya, pewawancara harus mampu mengelola waktu dengan efisien sambil memperhatikan elemen visual, sementara pada media online, pewawancara harus siap dengan kemungkinan gangguan teknis atau komentar real-time dari audiens.

Optimalisasi hasil wawancara juga merupakan bagian penting dari proses ini. Setelah wawancara selesai, pewawancara dan tim redaksi harus mampu mengolah informasi yang diperoleh menjadi materi yang sesuai dengan format media masing-masing. Artikel untuk media cetak harus menyajikan informasi dengan detail yang menggambarkan situasi atau opini narasumber secara mendalam, sementara potongan wawancara untuk televisi dan radio harus dirancang agar dapat disampaikan secara singkat namun tetap menarik perhatian. Dalam konteks media online, hasil wawancara sering kali dipadukan dengan elemen multimedia seperti video, audio, atau infografis untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Dengan memahami dinamika ini, pewawancara tidak hanya berperan sebagai pengumpul informasi, tetapi juga sebagai mediator yang memastikan pesan tersampaikan dengan efektif kepada publik.

Dengan kompleksitas tersebut, artikel ini hadir untuk membahas lebih mendalam mengenai teknik wawancara dan pemilihan narasumber dalam konteks media cetak, radio, televisi, dan online. Dimulai dari persiapan wawancara yang efektif hingga optimalisasi hasil wawancara untuk publikasi, pembahasan ini bertujuan memberikan wawasan dan panduan bagi para jurnalis, praktisi media, maupun mahasiswa komunikasi yang ingin menguasai keterampilan wawancara di berbagai platform media. Keahlian dalam mengelola wawancara lintas media ini tidak hanya akan meningkatkan kualitas pemberitaan, tetapi juga membantu membangun hubungan yang lebih baik antara pewawancara, narasumber, dan audiens

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan atau library research, yaitu pendekatan yang menitikberatkan pada pengumpulan data dan informasi dari berbagai sumber

tertulis yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, dokumen resmi, dan media massa. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menganalisis berbagai konsep, teori, dan temuan empiris yang telah ada terkait teknik wawancara dan pemilihan narasumber dalam media cetak, radio, televisi, dan media online. Melalui kajian kepustakaan, peneliti dapat mengidentifikasi berbagai pendekatan yang digunakan oleh para ahli, membandingkan pandangan teoretis, dan mengevaluasi praktik yang telah diterapkan dalam konteks yang berbeda. Metode ini juga memberikan landasan ilmiah yang kuat, karena semua data yang digunakan bersumber dari literatur yang kredibel dan telah melewati proses validasi akademis.

Pendekatan studi kepustakaan memungkinkan peneliti untuk menghemat waktu dan sumber daya dengan mengakses informasi yang telah tersedia secara sistematis, baik dalam bentuk cetak maupun digital. Dalam penelitian ini, fokus utama adalah menggali literatur yang membahas teknik wawancara di berbagai platform media serta aspek-aspek yang memengaruhi keberhasilan wawancara, seperti persiapan, etika, tantangan teknis, dan optimalisasi hasil wawancara untuk publikasi. Peneliti juga menganalisis studi kasus yang didokumentasikan dalam literatur untuk memahami perbedaan karakteristik wawancara di media cetak, radio, televisi, dan media online. Dengan cara ini, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran teoritis, tetapi juga insight praktis yang didukung oleh data dan pengalaman lapangan yang telah terdokumentasi.

Penggunaan metode studi kepustakaan juga memungkinkan peneliti untuk mengembangkan analisis yang bersifat kritis terhadap berbagai teori yang ada, menyusun sintesis dari beragam perspektif, dan merumuskan kesimpulan berdasarkan pengetahuan yang telah teruji. Sebagai bentuk penelitian yang berbasis literatur, pendekatan ini menawarkan fleksibilitas dalam menjangkau sumber-sumber informasi dari berbagai wilayah dan periode waktu, sehingga dapat menghadirkan pandangan yang lebih luas dan mendalam terhadap topik yang dikaji. Dengan demikian, studi ini tidak hanya memberikan kontribusi dalam pengembangan teori komunikasi dan jurnalistik, tetapi juga menawarkan panduan praktis yang dapat diterapkan oleh jurnalis dan praktisi media dalam melakukan wawancara di berbagai platform.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Persiapan Wawancara yang Efektif di Berbagai Media

Wawancara merupakan salah satu metode komunikasi yang sangat penting dalam berbagai konteks, mulai dari dunia jurnalistik, akademik, hingga profesional. Kemampuan melakukan wawancara yang efektif tidak hanya bergantung pada teknik bertanya, tetapi juga persiapan mendalam yang dilakukan sebelum proses wawancara berlangsung.¹ Adapun tahapan persiapan wawancara yang bisa dilakukan yaitu:

1. Riset Mendalam

Sebelum melakukan wawancara, peneliti atau pewawancara wajib melakukan riset komprehensif tentang narasumber dan topik yang akan dibahas. Hal ini mencakup:

- a. Latar belakang narasumber
- b. Publikasi atau karya yang pernah dihasilkan
- c. Posisi dan kontribusi dalam bidangnya
- d. Pencapaian dan prestasi yang dimiliki

2. Teknik Penyusunan Daftar Pertanyaan

Penyusunan daftar pertanyaan memerlukan strategi khusus:

- a. Pertanyaan disusun secara sistematis
- b. Dimulai dari pertanyaan umum menuju pertanyaan spesifik
- c. Menggunakan bahasa yang jelas dan komunikatif
- d. Memperhatikan urutan logis antarpertanyaan

3. Persiapan Peralatan Wawancara

Berbagai media wawancara membutuhkan peralatan berbeda:

- a. Wawancara tatap muka: alat perekam, notes, alat tulis
- b. Wawancara daring: komputer/smartphone, koneksi internet stabil
- c. Wawancara telepon: headset, rekaman suara
- d. Wawancara media sosial: aplikasi pesan, platform komunikasi²

4. Teknik Komunikasi

Komunikasi efektif dalam wawancara meliputi:

¹ Budiawan, A. (2015). *Teknik Wawancara Jurnalistik Profesional*. Penerbit Buku Kompas, Jakarta.

² Nugroho, R. (2015). *Komunikasi Massa Modern*. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.

- a. Penguasaan bahasa tubuh
- b. Kemampuan mendengar aktif
- c. Responsi yang tepat
- d. Empati dan sikap profesional³

B. Teknik Bertanya dan Mendengarkan yang Profesional

Dalam dunia komunikasi profesional, kemampuan bertanya dan mendengarkan merupakan keterampilan fundamental yang menentukan keberhasilan interaksi antarmanusia. Teknik bertanya yang efektif bukan sekadar proses menuturkan kalimat tanya, melainkan seni mengeksplorasi informasi secara mendalam dengan memperhatikan konteks, suasana, dan kepekaan komunikasi. Proses mendengarkan aktif menjadi komponen kritical dalam berkomunikasi. Seorang profesional sejati tidak sekadar mendengar suara yang diucapkan, tetapi mampu menangkap makna tersembunyi, nuansa emosional, dan konteks yang melingkupi pernyataan lawan bicara. Kemampuan ini membutuhkan konsentrasi penuh, empati mendalam, dan keterampilan interpretasi yang canggih.⁴

Dalam praktiknya, teknik bertanya profesional melibatkan beberapa strategi kompleks. Pertama, pewawancara harus mampu merancang pertanyaan yang bersifat terbuka (*open-ended questions*) yang memungkinkan narasumber mengeksplorasi pemikirannya secara lebih luas. Pertanyaan tertutup yang hanya membutuhkan jawaban ya atau tidak akan membatasi ruang ekspresi dan kedalaman informasi yang diperoleh. Teknik mendengarkan aktif mensyaratkan beberapa keterampilan psikologis dan komunikasi. Seorang pendengar profesional tidak hanya fokus pada kata-kata yang diucapkan, tetapi juga memperhatikan bahasa tubuh, nada suara, jeda pembicaraan, dan ekspresi non-verbal lainnya. Ini membutuhkan tingkat konsentrasi dan empati yang tinggi.⁵

Konteks dan situasi komunikasi turut memengaruhi efektivitas teknik bertanya dan mendengarkan. Setiap lingkungan baik akademis, bisnis, jurnalistik, atau penelitian - memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda. Seorang profesional dituntut untuk mampu beradaptasi dengan cepat, menggunakan bahasa dan pendekatan yang sesuai dengan konteks spesifik

³ Prasetyo, A. (2020). Strategi Mendengarkan Transformatif dalam Komunikasi Profesional. *Jurnal Komunikasi dan Pengembangan*, 19(1), 33-48.

⁴ Dewi, R.K. (2020). Kompetensi Komunikasi: Studi Teknik Bertanya dan Mendengarkan. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1), 55-70.

⁵ Cahyono, B.T. (2018). Analisis Teknik Mendengarkan Aktif pada Komunikasi Profesional. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(3), 287-302.

tersebut. Dalam konteks global yang semakin kompleks, kemampuan bertanya dan mendengarkan dengan profesional bukan sekadar keterampilan komunikasi, tetapi representasi kecerdasan sosial dan intelektual seseorang. Hal ini membutuhkan latihan berkelanjutan, refleksi diri, dan kesadaran akan dinamika komunikasi antarmanusia yang selalu berkembang.⁶

C. Menyesuaikan Gaya Komunikasi dengan Karakter Media

Dalam era digital yang kompleks dan dinamis, kemampuan menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik media menjadi keterampilan strategis yang sangat fundamental. Setiap medium komunikasi memiliki ekosistem, kebiasaan, dan protokol interaksi yang berbeda, sehingga seorang komunikator profesional dituntut untuk memiliki fleksibilitas adaptif yang tinggi. Media komunikasi modern dapat dibagi ke dalam beberapa kategori utama: media tradisional (televisi, radio, koran), media digital (website, platform berita online), media sosial (Instagram, Twitter, Facebook), dan media komunikasi langsung (tatap muka, telekonferensi, webinar). Setiap medium tersebut memiliki karakteristik unik yang memerlukan pendekatan komunikasi berbeda.⁷

Pada media tradisional seperti televisi dan radio, gaya komunikasi cenderung bersifat formal, terstruktur, dan mengikuti protokol penyiaran. Seorang komunikator harus memperhatikan durasi bicara, kejelasan artikulasi, dan kemampuan menyampaikan pesan dalam waktu singkat. Bahasa yang digunakan baku, komunikatif, dan dapat dipahami oleh khalayak luas dengan beragam latar belakang. Media digital seperti portal berita online mensyaratkan gaya penulisan yang lebih dinamis, informatif, dan padat. Struktur piramida terbalik menjadi standar, di mana informasi terpenting diletakkan pada paragraf pertama. Penggunaan bahasa jurnalistik yang lugas, akurat, dan mengutamakan faktualitas menjadi prinsip utama. Panjang artikel pun dibatasi untuk menyesuaikan kebiasaan membaca digital yang cenderung cepat dan sekilas.⁸

Media sosial memiliki ekosistem komunikasi yang sangat berbeda. Platform seperti Twitter membatasi jumlah karakter, sehingga komunikator dituntut untuk mampu menyampaikan pesan secara singkat, padat, dan menarik. Instagram lebih mengandalkan

⁶ Hartono, W. (2017). Dinamika Komunikasi Profesional: Teknik Wawancara Mendalam. *Jurnal Komunikasi Akademik*, 12(4), 201-218.

⁷ Andina, T. (2021). Transformasi Gaya Komunikasi di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 14(3), 45-62.

⁸ Gunawan, A.W. (2020). Strategi Komunikasi Multiplatform. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 11(2), 78-95.

visual, sehingga gaya komunikasi harus mampu mengintegrasikan teks pendek dengan konten visual yang menarik. Facebook memungkinkan narasi lebih panjang, tetapi tetap membutuhkan struktur yang menarik dan mudah dicerna. Komunikasi langsung seperti wawancara tatap muka atau webinar membutuhkan kemampuan improvisasi dan adaptasi real-time. Gaya komunikasi harus responsif, empatik, dan mampu membaca situasi psikologis lawan bicara. Bahasa tubuh, nada suara, dan kemampuan mendengarkan aktif menjadi faktor kunci keberhasilan komunikasi.⁹

Kesadaran akan kompleksitas media dan kemampuan beradaptasi menjadi modal utama seorang komunikator profesional. Tidak sekadar memahami teknisitas media, tetapi juga mampu membangun narasi yang bermakna, autentik, dan bersentuhan dengan khalayak secara mendalam. Dalam konteks global yang terus berubah, fleksibilitas komunikasi bukan sekadar keterampilan, melainkan strategi survival dalam ruang interaksi digital.

D. Etika dan Tantangan dalam Wawancara Media

1. Etika dalam Wawancara Media

a. Kejujuran dan Transparansi

Pewawancara harus bersikap jujur mengenai tujuan wawancara, format media, dan bagaimana informasi yang diberikan akan digunakan. Narasumber harus memahami sepenuhnya peran mereka dalam wawancara untuk menghindari manipulasi atau kesalahpahaman.

b. Menghormati Privasi Narasumber

Pertanyaan yang terlalu personal atau tidak relevan dengan konteks wawancara harus dihindari, kecuali narasumber memberikan izin eksplisit. Relevansi pertanyaan dengan tema yang dibahas merupakan kunci menjaga privasi narasumber sekaligus memastikan wawancara tetap fokus.

c. Kesepakatan Off-the-Record

Narasumber sering meminta agar informasi tertentu tidak dipublikasikan. Pewawancara wajib menghormati kesepakatan ini sebagai bagian dari kode etik jurnalistik. Contoh: Pewawancara media cetak yang mendapat informasi rahasia seputar kebijakan perusahaan wajib memastikan data tersebut tidak masuk ke dalam publikasi jika telah disepakati sebelumnya.

⁹ Hakim, L. (2019). Adaptasi Gaya Komunikasi pada Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 17(4), 112-129.

d. Kredibilitas dan Akurasi Informasi

Pewawancara harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan narasumber valid dan tidak mengandung unsur hoaks. Informasi yang salah dapat merusak reputasi media dan narasumber. Penting untuk melakukan cross-check dengan sumber lain untuk mengonfirmasi kebenaran informasi yang diperoleh.

e. Kesantunan dalam Berkomunikasi

Penggunaan bahasa yang sopan dan tidak menyerang narasumber sangat penting untuk menjaga hubungan profesional. Nada bicara, pilihan kata, dan ekspresi tubuh juga harus diperhatikan. Dalam wawancara televisi, misalnya, pewawancara harus tetap tersenyum dan menunjukkan empati bahkan ketika menghadapi narasumber yang emosional atau kontroversial.¹⁰

2. Tantangan dalam Wawancara Media

a. Tekanan Waktu

Dalam media seperti radio atau televisi, wawancara sering kali harus dilakukan dalam waktu yang terbatas. Pewawancara harus mampu menggali informasi yang relevan tanpa membuang waktu.

b. Kendala Teknis

Masalah teknis, seperti gangguan suara di radio atau kerusakan kamera di televisi, dapat menghambat jalannya wawancara.

c. Pengelolaan Narasumber yang Sulit

Beberapa narasumber mungkin enggan menjawab pertanyaan atau memberikan jawaban yang terlalu umum. Hal ini dapat membuat wawancara tidak produktif.

d. Mengelola Ketegangan Emosional

Wawancara yang membahas topik sensitif, seperti tragedi atau isu sosial, dapat memengaruhi emosi narasumber dan pewawancara.

e. Perbedaan Budaya dan Bahasa

Dalam wawancara internasional atau dengan komunitas tertentu, perbedaan bahasa dan budaya dapat menjadi tantangan.

f. Tuntutan Audiens yang Beragam

¹⁰ Rahardjo, T. (2019). Strategi Komunikasi Efektif pada Media Digital. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 18(4), 201-218.

Media online sering menghadapi tekanan dari audiens yang memberikan komentar langsung selama wawancara. Pewawancara harus tetap fokus meskipun ada kritik atau masukan yang mengalir secara real-time.

g. Menjaga Objektivitas dalam Situasi Kontroversial

Wawancara dengan narasumber yang memiliki pandangan kontroversial sering kali membuat pewawancara berada dalam situasi sulit.¹¹

E. Optimalisasi Hasil Wawancara untuk Publikasi

Optimalisasi hasil wawancara adalah langkah penting dalam proses jurnalistik yang bertujuan untuk mengolah informasi yang telah diperoleh dari narasumber menjadi materi yang menarik, informatif, dan relevan sesuai dengan karakteristik media tempat wawancara tersebut akan dipublikasikan. Proses ini mencakup penyaringan informasi, penyusunan narasi yang sistematis, hingga penyesuaian format agar sesuai dengan kebutuhan audiens. Dalam media cetak, optimalisasi wawancara biasanya dilakukan dengan menyoroti detail-detail penting dari pernyataan narasumber yang relevan dengan tema liputan, sambil mempertahankan akurasi informasi. Pewawancara dan tim redaksi perlu memilih kutipan langsung yang paling kuat untuk menekankan poin utama, serta menambahkan konteks jika diperlukan agar pembaca mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Struktur penulisan yang baik, seperti penggunaan lead yang menarik di awal artikel dan penyampaian alur cerita secara logis, sangat membantu meningkatkan daya tarik wawancara tersebut.¹²

Dalam konteks media radio, optimalisasi hasil wawancara lebih berfokus pada elemen audio. Informasi yang telah diperoleh biasanya diolah menjadi segmen-segmen yang ringkas namun tetap padat isi. Ini karena radio memiliki keterbatasan waktu dan harus menjaga perhatian pendengar dalam kurun waktu singkat. Pewawancara harus memastikan bahwa intonasi suara narasumber, nada, dan kejelasan informasi menjadi prioritas utama, sementara tim produksi menambahkan elemen seperti musik latar atau suara ambient untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Hal serupa berlaku pada media televisi, tetapi dengan tambahan aspek visual yang memegang peranan besar dalam menarik perhatian audiens. Hasil wawancara televisi harus melalui proses editing yang teliti, di mana potongan-potongan

¹¹ Pratama, R. (2021). Transformasi Komunikasi dalam Ekosistem Digital. *Jurnal Teknologi Komunikasi*, 15(1), 33-50.

¹² Day, L. A. (2006). *Ethics in Media Communications: Cases and Controversies*. Thomson Wadsworth.

wawancara dipilih berdasarkan kekuatan visual dan verbal. Ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan bahasa nonverbal narasumber sering kali menjadi elemen pendukung yang memperkaya pengalaman menonton.¹³ Oleh karena itu, pemilihan adegan, sudut kamera, dan kualitas audio-visual menjadi bagian dari strategi optimalisasi.

Media online memiliki dinamika tersendiri dalam proses optimalisasi wawancara karena sifatnya yang interaktif dan multimodal. Hasil wawancara untuk media online sering kali dipadukan dengan elemen tambahan seperti video pendek, grafik, atau transkrip yang disertai dengan hyperlink untuk memperluas konteks informasi. Audiens online cenderung memiliki rentang perhatian yang lebih pendek, sehingga materi wawancara harus disajikan secara cepat dan menarik melalui judul yang provokatif, subjudul yang deskriptif, serta ringkasan utama di awal artikel. Selain itu, wawancara online juga sering diintegrasikan dengan strategi SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan visibilitasnya di mesin pencari, menjadikannya lebih mudah diakses oleh audiens yang lebih luas. Misalnya, penggunaan kata kunci yang relevan dan meta description yang menarik dapat membantu meningkatkan jumlah pembaca.¹⁴

Terlepas dari jenis media yang digunakan, proses optimalisasi hasil wawancara juga harus memperhatikan etika jurnalistik. Informasi yang disampaikan kepada publik harus akurat, tidak bias, dan tidak memanipulasi konteks pernyataan narasumber. Pewawancara dan tim redaksi juga harus berhati-hati dalam memotong jawaban narasumber, memastikan bahwa pesan asli tetap terjaga tanpa menimbulkan salah tafsir. Dalam proses ini, penguasaan teknologi dan software editing menjadi keterampilan penting bagi pewawancara dan tim media untuk memastikan hasil akhir memiliki kualitas yang tinggi. Dengan pendekatan yang sistematis, hasil wawancara yang optimal tidak hanya memberikan informasi yang bermanfaat bagi audiens tetapi juga memperkuat reputasi media sebagai sumber informasi yang kredibel dan profesional.

¹³ Irawati, D. (2018). Dinamika Komunikasi Digital dan Perubahan Sosial. *Jurnal Komunikasi Transformatif*, 13(1), 55-72.

¹⁴ Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Crown Publishing Group.

D. KESIMPULAN

Wawancara merupakan elemen vital dalam dunia komunikasi media, baik media cetak, radio, televisi, maupun media online. Untuk menghasilkan wawancara yang efektif, persiapan yang matang dan teknik komunikasi yang tepat sangat diperlukan. Setiap media memiliki karakteristik unik yang memengaruhi pendekatan dalam melakukan wawancara, sehingga pewawancara dituntut untuk menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan kebutuhan audiens dan karakter platform. Pada media cetak, wawancara lebih fokus pada penyusunan narasi dan kutipan yang relevan; pada radio dan televisi, wawancara harus dirancang agar mampu menarik perhatian audiens secara audio-visual; sedangkan pada media online, interaktivitas dan kemampuan mengintegrasikan berbagai elemen multimedia menjadi prioritas utama.

Wawancara di berbagai media tidak terlepas dari etika yang harus dijunjung tinggi, seperti menjaga kejujuran, menghormati privasi narasumber, dan memastikan akurasi informasi. Tantangan yang dihadapi, mulai dari tekanan waktu, kendala teknis, hingga pengelolaan narasumber yang sulit, menjadi bagian dari proses yang harus diatasi dengan profesionalisme dan adaptabilitas tinggi. Optimalisasi hasil wawancara juga menjadi langkah penting untuk memastikan pesan yang disampaikan relevan dan menarik bagi audiens, baik melalui pengemasan visual, audio, maupun strategi digital seperti SEO.

Dengan memahami teknik wawancara dan tantangannya pada masing-masing jenis media, wawancara dapat menjadi alat komunikasi yang strategis untuk menjembatani informasi antara narasumber dan publik. Keseluruhan proses ini mencerminkan pentingnya wawancara sebagai sarana penyampaian informasi yang efektif dan berintegritas, sesuai dengan kebutuhan era komunikasi modern. Hal ini menjadikan wawancara sebagai seni adaptasi lintas media yang mendukung tujuan jurnalistik dan komunikasi profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Andina, T. (2021). Transformasi Gaya Komunikasi di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 14(3), 45-62.
- Arifin, Z. (2019). Strategi Komunikasi Efektif dalam Wawancara Profesional. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 8(2), 145-160.
- Berger, A. A. (2019). *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Sage Publications.

- Budiawan, A. (2015). *Teknik Wawancara Jurnalistik Profesional*. Penerbit Buku Kompas, Jakarta.
- Cahyono, B.T. (2018). Analisis Teknik Mendengarkan Aktif pada Komunikasi Profesional. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(3), 287-302.
- Day, L. A. (2006). *Ethics in Media Communications: Cases and Controversies*. Thomson Wadsworth.
- Dewi, R.K. (2020). Kompetensi Komunikasi: Studi Teknik Bertanya dan Mendengarkan. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1), 55-70.
- Gunawan, A.W. (2020). Strategi Komunikasi Multiplatform. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 11(2), 78-95.
- Hakim, L. (2019). Adaptasi Gaya Komunikasi pada Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 17(4), 112-129.
- Hartono, W. (2017). Dinamika Komunikasi Profesional: Teknik Wawancara Mendalam. *Jurnal Komunikasi Akademik*, 12(4), 201-218.
- Irawati, D. (2018). Dinamika Komunikasi Digital dan Perubahan Sosial. *Jurnal Komunikasi Transformatif*, 13(1), 55-72.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Crown Publishing Group.
- Kurniawan, H. (2016). *Komunikasi dan Wawancara Efektif*. Grasindo, Jakarta.
- Nugroho, R. (2015). *Komunikasi Massa Modern*. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.
- Prasetyo, A. (2020). Strategi Mendengarkan Transformatif dalam Komunikasi Profesional. *Jurnal Komunikasi dan Pengembangan*, 19(1), 33-48.
- Pratama, R. (2021). Transformasi Komunikasi dalam Ekosistem Digital. *Jurnal Teknologi Komunikasi*, 15(1), 33-50.
- Rahardjo, T. (2019). Strategi Komunikasi Efektif pada Media Digital. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 18(4), 201-218.
- Wahyudi, J.B. (2014). *Teknologi Informasi & Komunikasi*. Alfabeta, Bandung.