

## **Analisis Gaya Komunikasi Presenter Dalam Penyampaian Berita Pada Program Patroli Files di Akun Tiktok @patroli.indosiar**

### **Analysis of the Presenter's Communication Style in Delivering News on The Patroli Files Program on The Tiktok Account @patroli.indosiar**

**Rehana Salsabila Dalimunthe**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan,  
Indonesia

\*email: rehanasalsabiladalimunthe@gmail.com

#### **ABSTRACT**

*Every individual requires continuous information for complete understanding. The media industry and its professionals, including presenters, are responsible for delivering news effectively. In conventional media, the communication style of presenters tends to be formal, static, and adheres to broadcasting standards. However, the digital era, particularly platforms like TikTok, has transformed how society accesses news. Presenters now adjust their communication style to suit TikTok's characteristics and audience. One example is the Patroli Files program on TikTok account @patroli.indosiar, where presenters maintain a professional style but with a more expressive and dynamic approach compared to the rigid and less expressive style of conventional media. This study aims to analyze the communication style of presenters in delivering news on the Patroli Files program on TikTok account @patroli.indosiar. The research uses a descriptive qualitative method, with data collection techniques including observation and documentation. Data analysis applies Miles and Huberman's model, encompassing data reduction, data display, and conclusion drawing. The theory employed is Robert Norton's communication style theory, which includes ten categories with specific indicators. The findings indicate that the presenters' communication style in the Patroli Files program is flexible, adapting arrangement, intonation, and gestures to the platform's characteristics. They predominantly use seven out of ten communication styles from Robert Norton: dominant, dramatic, contentious, animated, impressive, open, and precise, making the news delivery engaging, dynamic, and memorable. In contrast, relaxed, attentive, and friendly styles are rarely observed, as the serious, professional, and informative nature of the news prevails, setting apart TikTok's expressive style from conventional media's rigidity.*

**Keywords:** *Communication Style, Presenter, News Delivery, TikTok*

#### **ABSTRAK**

Setiap individu membutuhkan informasi terus-menerus untuk pemahaman yang utuh. Industri media dan para profesionalnya, termasuk presenter, bertanggung jawab menyampaikan berita secara efektif. Dalam media konvensional, gaya komunikasi presenter cenderung formal, statis, dan sesuai standar penyiaran. Namun, era digital, seperti platform TikTok, telah mengubah cara masyarakat mengakses berita. Presenter kini menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik dan audiens TikTok. Contohnya adalah program Patroli Files di akun TikTok @patroli.indosiar, di mana presenter menggunakan gaya profesional tetapi lebih ekspresif dan dinamis dibandingkan media konvensional kaku dan kurang ekspresif. Untuk itu penelitian ini bertujuan menganalisis gaya komunikasi presenter dalam penyampaian berita pada program Patroli Files di akun TikTok @patroli.indosiar. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan model Miles

dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan adalah teori gaya komunikasi Robert Norton, yang mencakup sepuluh kategori dengan masing-masing indikator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi presenter dalam program Patroli Files di akun TikTok @patroli.indosiar bersifat fleksibel, menyesuaikan susunan, intonasi, gestur dengan karakteristik platform. Presenter lebih banyak menggunakan tujuh dari sepuluh gaya komunikasi Robert Norton, yaitu yaitu gaya dominan, dramatis, kontroversial, animasi, berkesan, terbuka, dan tepat sehingga penyampaian berita menjadi menarik, dinamis, dan mudah diingat. Sedangkan, gaya santai, atentif, dan bersahabat jarang terlihat karena meskipun terdapat gaya dramatis, animasi, berkesan sifat berita tetap serius, profesional, dan informatif. Hal tersebut membedakan gaya komunikasi TikTok yang ekspresif dengan media konvensional yang kaku.

**Kata Kunci:** Gaya Komunikasi, Presenter, Penyampaian Berita, TikTok

## **Pendahuluan**

Setiap orang membutuhkan informasi untuk memperoleh pengetahuan yang utuh tentang suatu hal. Kebutuhan manusia akan informasi tidak akan pernah berhenti. Masyarakat selalu mencari informasi melalui berbagai media (Adinda et al., 2023). Dalam konteks ini informasi dikemas dalam sebuah berita yang berarti kabar atau pemberitahuan oleh seseorang kepada orang lain mengenai sesuatu hal atau kejadian (Rannu & Kunni, 2019), sudah menjadi tanggung jawab industri media dalam menyediakan informasi dan berita, serta menjadi tugas orang-orang yang bekerja di industri media untuk menyampaikan informasi atau berita kepada masyarakat, salah satunya adalah presenter.

Presenter berita, khususnya di media konvensional seperti televisi, memiliki gaya komunikasi yang khas. Gaya komunikasi tersebut ditandai dengan suara yang jernih, nada yang tegas dan meyakinkan, serta penyampaian yang terstruktur dan formal. Selain itu, presenter diwajibkan mematuhi kode etik, menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar serta mudah dipahami (Nuriah, 2023). Namun, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat telah menggeser pola konsumsi berita masyarakat, terutama dengan munculnya media sosial seperti TikTok.

TikTok adalah platform video pendek populer buatan ByteDance yang sukses secara global, termasuk di Indonesia. Menurut Statista, per Juli 2024 pengguna TikTok di Indonesia mencapai 157,6 juta, menjadikannya negara dengan pengguna terbanyak di dunia, melampaui Amerika Serikat (Riyanto & Pratomo, 2024). Secara global, jumlah pengguna TikTok diperkirakan mencapai 2,05 miliar pada 2024 dan akan naik menjadi 2,25 miliar pada 2027.

Dengan misi menginspirasi kreativitas dan hiburan, TikTok menarik minat global. Meski punya potensi sebagai sumber berita menarik, peningkatan literasi digital dan verifikasi informasi tetap dibutuhkan (Parapat & Azhar, 2024). Format interaktifnya menjadikan TikTok efektif menjangkau generasi muda yang mulai meninggalkan media konvensional.

Perkembangan media digital telah mendominasi penyajian berita, mendorong media konvensional untuk beradaptasi agar tetap relevan dan menarik (Nasution, 2017). Profesional media perlu menguasai keterampilan baru seperti mengedit video, memahami algoritma, dan menciptakan konten yang kreatif. TikTok, dengan fitur musik, efek video, dan interaksi pengguna, menjadi platform efektif untuk menyampaikan pesan secara ringkas dan visual (Nurazizah, 2024). Oleh karena itu, presenter juga perlu menyesuaikan gaya komunikasi mereka di TikTok agar pesan tersampaikan dengan tepat.

Penyesuaian gaya komunikasi penting karena tiap media memiliki karakteristik dan audiens yang berbeda (Khanifah, 2023). Didalam media sosial TikTok, gaya komunikasi lebih ekspresif dengan gestur variatif, menciptakan interaksi visual yang menarik (Andriani et al., 2024). Komunikator bisa menyampaikan pesan abstrak secara audio-visual agar lebih mudah dipahami tanpa kehilangan unsur hiburan. Gaya yang terbuka, mudah dipahami, dan menggunakan bahasa elegan membantu pesan diterima audiens (Wijaya & Mukhtaruddin, 2024). Kemampuan adaptasi gaya komunikasi memastikan pesan tetap relevan dan menarik bagi khalayak.

Salah satu industri media yang beradaptasi dalam platform TikTok adalah akun @patroli.indosiar. Akun @patroli.indosiar merupakan adaptasi program berita kriminal Patroli dari Indosiar ke platform TikTok. Melalui akun ini, mereka menyajikan informasi berita dalam format yang sesuai dengan karakteristik media sosial, seperti konten visual yang ringkas dan menarik. Salah satu formatnya, Patroli Files, menampilkan kisah kriminal dengan gaya komunikasi presenter yang disesuaikan agar mudah dipahami dan menarik bagi pengguna TikTok.

Gaya komunikasi presenter dalam konten Patroli Files tampak profesional namun lebih ekspresif, ditandai dengan gerakan tangan, tubuh, dan ekspresi wajah yang dominan. Hal ini berbeda dari gaya komunikasi di media konvensional yang cenderung kurang ekspresif dan

monoton, dengan fokus pada penyampaian yang jelas, terstruktur, dan sesuai standar formal (Gusmawati, 2022). Hal tersebut mendasari peneliti tertarik melakukan penelitian gaya komunikasi presenter di platform TikTok dengan judul “Analisis Gaya Komunikasi Presenter Dalam Penyampaian Berita Pada Program Patroli Files di Akun Tiktok @patroli.indosiar”.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan gaya komunikasi presenter dalam penyampaian berita pada program Patroli Files di akun TikTok @patroli.indosiar. Penelitian ini menerapkan teori gaya komunikasi Robert Norton yang mencakup sepuluh tipe gaya komunikasi: gaya dominan (*dominant style*), gaya dramatis (*dramatic style*), gaya kontroversial (*controversial style*), gaya animasi (*animated style*), gaya berkesan (*impression style*), gaya santai (*relaxed style*), gaya atentif (*attentive style*), gaya terbuka (*open style*), gaya bersahabat (*friendly style*), dan gaya tepat (*precise style*). Teori ini digunakan untuk menganalisis gaya komunikasi yang muncul dalam lima unggahan video pada daftar putar Patroli Files periode 8 Januari 2025 hingga 12 Januari 2025. Pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi dilakukan dengan cara mengamati lima unggahan video di akun TikTok @patroli.indosiar, yaitu bagian 610, 609, 608, 607, dan 606 pada daftar putar Patroli Files. Observasi bertujuan untuk mencatat gaya komunikasi presenter dalam penyampaian berita berdasarkan indikator teori Norton dan dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data dalam bentuk tangkapan layar dari unggahan video yang dianalisis serta data pendukung berupa literatur atau arsip terkait. Teknik ini bertujuan untuk memperkuat analisis data melalui bukti visual atau referensi tambahan yang relevan dengan penelitian. Penelitian ini bersifat fleksibel karena data diperoleh melalui analisis unggahan video di akun TikTok @patroli.indosiar. Oleh karena itu, pengumpulan data dapat dilakukan di mana saja selama peneliti memiliki akses ke platform TikTok

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Berdasarkan analisis terhadap lima video dari program *Patroli Files* di akun TikTok @patroli.indosiar, ditemukan bahwa presenter menggunakan berbagai gaya komunikasi yang mencerminkan fleksibilitas dan adaptasi terhadap konten berita serta audiens TikTok yang mengutamakan visual dan ekspresivitas. Gaya komunikasi yang dominan mencakup gaya

dominan, dramatis, kontroversial, animasi, berkesan, terbuka, dan tepat. Gaya ini berhasil menarik perhatian penonton dan menyampaikan informasi secara efektif, tanpa kehilangan keakuratan dan kejelasan.

Sebaliknya, gaya santai, atentif, dan bersahabat jarang digunakan karena sifat program yang lebih menitikberatkan pada penyampaian berita faktual dibandingkan dengan interaksi personal atau penyampaian yang santai. Gaya komunikasi yang diterapkan mencerminkan kebutuhan untuk menyampaikan informasi secara profesional namun tetap menarik perhatian audiens. Gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Robert Norton mengacu pada cara seseorang berinteraksi secara verbal maupun nonverbal untuk menyampaikan pesan yang dimaksud agar makna dapat diterima dengan jelas. Dalam penelitian ini, gaya komunikasi presenter disesuaikan dengan kebutuhan platform TikTok yang mengedepankan elemen visual dan ekspresi meliputi:

1. Gaya Dominan, presenter menggunakan kalimat tegas dan instruktif, seperti "Jangan gampang kepincut sama laki-laki!" atau "Guys, jangan lupa bawa SIM dan STNK!" untuk menarik perhatian audiens dan menekankan poin penting berita. Hal ini membangun situasi sosial yang terkendali.
2. Gaya Dramatis, gaya ini terlihat melalui penggunaan intonasi dan gestur yang menonjol, seperti kalimat "Aduh, bang, redflag anda ya!" disertai dengan ekspresi wajah dramatis. Hal ini menciptakan kesan emosional dan meningkatkan daya tarik konten.
3. Gaya Kontroversial, presenter secara argumentatif menyoroti isu penting, misalnya "Udah dikasih tubuh sempurna kok malah begitu, sih, Pak?" atau "Bukannya tobat, malah bikin ulah lagi." Gaya ini menekankan pandangan kritis terhadap pelaku kejahatan.
4. Gaya Animasi, presenter aktif menggunakan gestur tubuh, seperti menunjuk layar atau memperagakan situasi, untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Gaya ini relevan untuk platform visual seperti TikTok.
5. Gaya Berkesan, gaya berkesan terlihat dari pilihan kata dan intonasi yang mencolok, seperti "Tuh, lihat deh, guys!" atau "Astaga, bang, kali ini tobat ya!" sehingga membuat audiens mudah mengingat pesan yang disampaikan.
6. Gaya Terbuka, gaya ini mencerminkan kejujuran dan penyampaian yang langsung, seperti "Alamat tuh kena tipu," yang memberi kesan blak-blakan namun tetap informatif.

7. Gaya Tepat, gaya komunikasi yang tepat memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan sesuai dengan kode etik jurnalistik, menjaga kredibilitas berita.

Sebaliknya, gaya santai, atentif, dan bersahabat jarang muncul. Hal ini karena penyampaian berita kriminal lebih menekankan pada profesionalisme daripada membangun kedekatan emosional dengan audiens. Gaya santai dan ramah hanya terlihat sesekali melalui sapaan seperti "guys," tetapi tidak menjadi fokus utama. Hasil penelitian ini mendukung teori gaya komunikasi Robert Norton dan menegaskan pentingnya fleksibilitas dalam penerapan gaya komunikasi untuk menyesuaikan dengan konteks platform dan audiens. Dalam konteks TikTok, kombinasi gaya dominan, dramatis, dan animasi memberikan daya tarik visual yang kuat, sementara gaya tepat menjaga integritas informasi.

## **Penutup**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya komunikasi presenter dalam program Patroli Files di akun TikTok @patroli.indosiar periode 8-12 Januari 2025, berdasarkan teori gaya komunikasi Robert Norton, didominasi oleh tujuh gaya utama, yaitu gaya dominan, dramatis, kontroversial, animasi, berkesan, terbuka, dan tepat. Gaya-gaya ini menyesuaikan dengan karakteristik platform TikTok yang bersifat visual, interaktif, dan menuntut kreativitas. Sebaliknya, gaya santai, atentif, dan bersahabat jarang digunakan karena sifat berita yang serius dan satu arah. Presenter disarankan untuk tetap menjaga profesionalitas dan meningkatkan kreativitas dalam mengemas berita tanpa mengurangi aspek informatif dan faktual. Akun TikTok @patroli.indosiar diharapkan konsisten dalam menerapkan gaya komunikasi yang menarik untuk meningkatkan daya tarik konten. Penelitian lebih lanjut dapat meninjau pengaruh gaya komunikasi terhadap keterlibatan audiens dan tingkat pemahaman mereka terhadap konten berita.

## **Ucapan Terima Kasih**

Penyelesaian artikel ilmiah ini tidak lepas dari dukungan beberapa pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini, terutama ibu Delima selaku ibu peneliti, kakak-kakak peneliti, serta sahabat-sahabat peneliti yang telah menemani sampai pada tahap ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing Nurhasanah Nasution, S. Sos., M. I. Kom yang telah

memberikan arahan, serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu tanpa disadari telah berjasa dan berkontribusi telah mendukung proses penelitian dan penulisan artikel ilmiah ini.

### **Daftar Pustaka**

- Adinda, R., Amelia, V., & Sondra, A. (2023). Analisis Kebutuhan Informasi dan Upaya Pemenuhan Kebutuhan Informasi Komunitas Tuli Lancang Kuning (Kutilang) Pekanbaru. *Al-Ma'arif: Ilmu Perpustakaan Dan ...*, 3(2), 172–193.
- Andriani, E., Prasetya, A. D., & Pratama, B. Y. (2024). Pengaruh Aplikasi TikTok dalam Komunikasi Generasi Z: Tinjauan terhadap Perubahan Pola Interaksi dan Ekspresi Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik Dan Kebijakan Negara*, 1(3), 45–52. <https://ejournal.appisi.or.id/index.php/Komunikasi/article/view/31%0Ahttps://ejournal.appisi.or.id/index.php/Komunikasi/article/download/31/33>
- Gusmawati, K. (2022). Gaya komunikasi news presenter dalam menyampaikan berita pada program “Sumatera Barat hari ini” di TVRI Sumbar [UIN Imam Bonjol]. <http://repository.uinib.ac.id/id/eprint/11535>
- Khanifah, U. J. (2023). Gaya Komunikasi Kevin Nguyen Dalam Menyampaikan Isu Politik Di Media Tiktok [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah]. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id* (Vol. 14). [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73395%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73395/1/UMI JAZILATUL KHANIFAH-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73395%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73395/1/UMI%20JAZILATUL%20KHANIFAH-FDK.pdf)
- Nasution, N. (2017). Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 174–183. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/interaksi.v1i2.1202>
- Nurazizah, A. (2024). Kreativitas dan Inovasi dalam Redaksi Digital: Komodifikasi Berita menjadi Video Pendek di Tiktok. *Jurnal Sintesa*, 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.30996/sintesa.v3i02.11152>
- Nuriah. (2023). Karakteristik Komunikasi Presenter Tv Tabalong (Studi Kasus Hendriyani, S.Pd) [Universitas Islam Negeri Antasari]. In *Institusional Digital Repository*. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Parapat, D. A., & Azhar, A. A. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Informasi Berita Bagi Mahasiswa FIS UIN Sumatera Utara Medan. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu (GJMI)*, 2.
- Rannu, A., & Kunni, J. (2019). Teknik mencari dan menulis berita: Jariah Publishing. Jariah Publishing Intermedia. <https://books.google.co.id/books?id=YeICEAAAQBAJ>
- Riyanto, G. P., & Pratomo, Y. (2024). Indonesia Pengguna TikTok Terbesar di Dunia, Tembus 157 Juta Kalahkan AS. *Kompas.Com*. <https://tekno.kompas.com/read/2024/10/25/15020057/indonesia-pengguna-tiktok-terbesar-di-dunia-tembus-157-juta-kalahkan-as?>
- Wijaya, A., & Mukhtaruddin, M. (2024). Gaya Komunikasi Akun Tiktok @msalbaniquotes dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam di Kalangan Gen-Z. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(3), 1966. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i3.3442>