

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, “komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *communis* yang berarti sama”, lalu menurut Syaiful Rohim dalam bukunya yang berjudul Teori Komunikasi, Perspektif, Ragam, & Aplikasi diturunkan menjadi “*communico, communicatio, atau communicare* yang berarti membuat sama (*make to common*)”. Menurut Laswell, “komunikasi merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa yang mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? Atau *Who? Says What? In Which Channel? To Whom? With What effect?* (Hafied Cangars, 1998:20)”. Komunikasi merupakan keterampilan dalam penyampaian pesan yang harus dimiliki oleh setiap manusia. Dengan adanya komunikasi kita dapat bertukar informasi sehingga mudah berinteraksi dan beradaptasi walau dengan lingkungan baru.

Media massa merupakan suatu alat dalam penyampaian pesan/ informasi kepada khalayak luas. Media massa sendiri meliputi media cetak, televisi, radio, film dan juga internet. Secara langsung media-media tersebut mempengaruhi manusia dalam berfikir dan berpendapat karena membentuk pengetahuan manusia

akan informasi-informasi yang sedang terjadi atau *up to date*. Kehadiran media massa dalam pemberitahuan pesan / informasi tidak terbatas oleh waktu dan jarak bahkan kehadiran media massa dapat mempengaruhi cara hidup dan perilaku seseorang. Televisi merupakan suatu media yang mempunyai suara dan gambar dalam menyampaikan pesan / informasi kepada khalayak luas. Dengan adanya televisi penyampaian pesan dapat lebih efektif dikarenakan televisi mudah digunakan dan dapat diakses dimana saja. Dalam penyampaian pesannya, televisi mempunyai program – program yang mengandung unsur penyampaian informasi, berita dan juga hiburan. Dewasa ini stasiun televisi harus menghadirkan program-program yang mempunyai nilai lebih dalam mengemas suatu program acara dan kreatifitas dibutuhkan dalam pengelolaannya hal ini dilakukan semata-mata untuk meraih *rating tv* yang tinggi. Dengan adanya penilaian *rating* pada suatu program tv, calon *sponsor* dapat menilai apakah program tersebut layak untuk disponsori atau tidak.

Menurut Laswell yang dikutip oleh Onong Uchana Effendy dalam bukunya yang berjudul dinamika komunikasi menjelaskan bahwa “menyiarkan programnya secara universal, tetapi fungsi utamanya adalah tetap hiburan, meskipun ada program-program yang mengandung segi informasi dan pendidikan, hanya sebagai pelengkap saja dalam rangka memenuhi kebutuhan alamiah manusia.” Menurut Wilburn Schramm, “televisi mempunyai fungsi yang sangat menonjol yaitu media massa televisi dapat dimanfaatkan sebagai *to sell goods for us* artinya bahwa media massa dimanfaatkan sebagai ajang promosi.”

Perkembangan pertelevisian di Indonesia sendiri saat-saat ini berkembang sangatlah pesat, terbukti dengan munculnya TVRI sebagai *pioneer* atau pengusung dari stasiun televisi pertamadi Indonesia yang di resmikan menjadi tv nasional pada tanggal 24 agustus 1962 di Jakarta. Lalu pada tahun 1989, pemerintah Indonesia sendiri memberikan ijin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI yang merupakan stasiun televisi swasta yang pertama di Indonesia, lalu munculah stasiun – stasiun swasta televisi lainnya seperti SCTV, ANTV, Indosiar, dan TPI. Pada tahun 2000 keatas muncul stasiun – stasiun televisi swasta lain seperti Metro TV, Trans (berubah menjadi Trans TV), TV7 (berubah menjadi Trans 7), Lativi (*merger* / bergabung dengan Transcorp yang menaungi Trans Tv dan Trans 7), TV ONE. Lalu bermunculan pun stasiun televisi lokal seperti JAK TV, O CHANNEL, CTV BANTEN, SPACETOON, DAAI TV, dan RADAR. Stasiun-stasiun televisi tersebut bersaing dalam mengembangkan program – program televisi yang menarik, kreatif dan berbeda dari pada yang lain dalam menyajikan siaran – siaran program acara yang berkualitas agar diterima dan diminati oleh khalayak luas / masyarakat yang dalam kasus ini adalah pemirsa / audience dari stasiun televisi tersebut.

Penyuguhan stasiun – stasiun televisi kepada khalayak luas berupa program – program televisi yang terdiri dari program berita, musik, *talk show*, *reality show*, *infotainment*, *variety show*, *sport*, kuis, dan lain – lain. Bagian programming mempunyai fungsi yang tentunya mempunyai peran untuk menyediakan berbagai program acara yang siap ditayangkan kepada pemirsa / *audience*. Proses produksi dari acara tersebut dapat dilakukan dengan cara

diproduksi sendiri oleh stasiun tv itu sendiri (*In House Production*), atau di produksi oleh pihak PH (*Production House*), atau membeli program yang sudah dibeli oleh pihak lain.

Berita yang baik adalah berita yang dapat memuaskan rasa ingin tahu masyarakat dengan memenuhi unsur-unsur 5W + 1H (*what, where, when, who, why* dan *how*). 5W + 1 H adalah rumus paling terkenal dalam jurnalistik. Rumus ini digunakan wartawan / reporter dalam penulisan atau penyajian berita, dan bersifat universal atau berlaku di dunia jurnalistik manapun di muka bumi ini. Jika salah satu dari unsur – unsur tersebut tidak terdapat dalam sebuah berita, maka berita tersebut tidak sempurna atau tidak lengkap. Dengan adanya unsur – unsur 5W + 1H pada suatu program berita acara di harapkan bisa menarik minat khalayak luas. Program acara berita adalah suatu format penyajian televisi yang diproduksi berdasarkan informasi dan fakta atas kejadian dan peristiwa yang berlangsung pada kehidupan masyarakat sehari – hari. Beberapa stasiun televisi berlomba untuk menyangkan program sejenis untuk memenuhi kebutuhan khalayak, salah satunya Metro TV dan TV ONE di Jakarta.

Penulis ingin membahas salah satu program berita dari Metro TV yang mempunyai 5 segmen per episode. Program tersebut yaitu program berita Metro Highlights di Metro TV Jakarta. Metro Highlights memposisikan program berita yang perencanaan penyajian pembahasannya secara mendalam terhadap isu – isu yang sedang hangat dikalangan masyarakat / *current issue*. Program berita Metro Highlights di Metro TV Jakarta menyangkan berita – berita yang sedang hangat

dan masih di bicara dalam sepekan yang dalam format penyajian acaranya berdasarkan pada satu tema acara yang dibagi menjadi 4 segmen. Penyajian berita yang berdasarkan pada satu tema berita supaya dapat mengupas lebih mendalam tentang suatu yang paling menarik atau sedang dibicarakan dan juga menarik perhatian publik. Disamping itu juga untuk membuka wawasan penonton dengan ulasan lengkap, mendalam dan utuh dari berita menjadi perhatian masyarakat selama sepekan. Sasaran penonton / *audience* dari Metro Highlights itu sendiri tidak kurang dari umur 20 tahun dari golongan SES AB yang mempunyai pendidikan formal dengan pendidikan minimal SMA. Dari segi pekerjaan *audience* dari penonton ini disukai oleh Prof / exec, *Entrepreneur* (wirausahawan) & *Blue Collar* (pekerja yang mengandalkan kemampuan fisik) yang mempunyai target pada *audience* berjenis kelamin laki – laki dan sudah bekerja. Program acara berita ini ditayangkan pada hari setiap hari Sabtu pukul 18.30 – 19.00 dengan durasi 30 menit ditayangkan secara taping di studio Metro TV dan berformatkan “*News*”.Diharapkan dengan adanya program acara berita ini *audience* dapat mengetahui persoalan apa yang sedang hangat dibicarakan pada khalayak luas. Disamping itu program acara berita tersebut menyediakan informasi yang lebih mendalam lagi supaya wawasan berfikir dari *audience* program tersebut terbuka. Dalam penelitian ini penulis tertarik membahas program acara berita Metro Highlights yang tayang pada tanggal 6 Oktober dan 20 Oktober 2012.

Pengelolaan program berita di televisi haruslah lebih mendalam dan disertai dengan bukti – bukti lain yang dapat mendukung benar adanya suatu

permasalahan yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat luas. Sebelum menyajikan berita tersebut harus dilakukan *research* / pencarian data secara mendalam mengenai suatu kasus dan beberapa hal seperti fakta historis, kejadian nyata yang telah terjadi yang hasilnya dapat mengaitkan serta mendukung isi dari berita tersebut sesuai dengan tema dan judul yang telah ditentukan oleh produser dari program acara berita tersebut. Disamping itu juga penyajian program acara tersebut disertai dengan perspektif yang dibarengi oleh pendapat orang – orang mengenai suatu berita, tampil berbeda dengan program berita tv lainnya, terbuka, dan juga menantang. Dalam proses menentukan judul harus dipersiapkan secara matang dengan cara melakukan *research* secara mendalam mengenai suatu berita yang didukung fakta – fakta terkait. Pemilihan judul dan berita yang akan disajikan menjadi kendala yang sering di hadapi dan dialami oleh produser dari program acara tersebut. Tetapi yang paling utama dalam pembuatan program berita ini adalah membuat formula berita yang benar disetiap produksinya agar menghasilkan program yang dapat diterima oleh *audience* / pemirsa yang berkualitas, berbobot, dapat membuka wawasan dan sesuai dengan target pemirsa Metro TV.

Dalam pembuatan dua program berita tersebut yaitu Metro Highlights dan Telusur tentunya memerlukan berbagai strategi penyajian agar pesan yang dikirim dapat mampu diterima dan diserap oleh masyarakat yang berujung pada satu tujuan. Durasi tayangan selama 30 menit ini mengharuskan para team untuk melakukan *research* / penelitian lebih mendalam lagi agar dapat menyajikan informasi yang dapat membuka khasanah dan wawasan pemikiran yang lebih luas

kepada pemirsa pada setiap tayangan dari program berita tersebut. Dalam durasi yang dikatakan pendek yaitu 30 menit harus dimaksimalkan dan seorang produser itu sendiri harus memutar otak bagaimana bisa menghasilkan program acara yang berbobot dan layak untuk ditonton. Hal itu dapat menjadi nilai lebih dalam penyajian isi *content* yang dapat menarik khalayak / masyarakat luas untuk menonton program acara berita tersebut.

Stasiun televisi memiliki pertimbangan dalam melakukan strategi pemasaran yang mencakup segmen, *content* berita yang berbobot sehingga dapat menarik khalayak luas sebagai syarat dalam menayangkan program berita yang dapat membedakan dengan program televisi lainnya sesuai dengan visi, misi dan image dari stasiun televisi lainnya.

Oleh karena uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti tentang Perencanaan Penyajian Pada Program Berita Metro Highlights pada tanggal 6 Oktober dan 20 Oktober 2012 yang ditayangkan di Metro TV Jakarta. Penulis ingin mengkaji tayangan program berita ini dilihat dari segi visi misi program acara, ide, penyajian dan diulas secara mendalam, *current issue*, pelaksanaan serta evaluasinya.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dari penelitian ini adalah “**Bagaimana Perencanaan Penyajian *Current Issue* dalam Program Berita Metro Highlights di Metro TV Jakarta**”

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah bentuk penjabaran dalam tujuan umum dan tujuan khusus. Berikut penjabarannya.

1.3.1 Tujuan Umum

Dalam studi ilmu komunikasi khususnya bidang penyiaran televisi (*broadcasting*), perlu mengetahui bagaimana penerapan strategi penyajian *current issue* sebuah program acara berita Metro Highlights untuk mencapai keberhasilan produksi sebuah program acara televisi. Disamping itu juga untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menerapkan strategi penyajian yang secara mendalam pada program acara berita Metro Highlights.

1.3.2 Tujuan Khusus

Melakukan sebuah penelitian dengan pendekatan studi kasus untuk mengetahui bagaimana strategi penyajian yang diterapkan dalam program acara berita Metro Highlights Di Metro TV Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu kepenyiaran (*broadcasting*) untuk mengetahui bagaimana strategi penyajian *current issue* yang diterapkan dalam penyangan program acara berita Metro Highlights di Metro TV Jakarta.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak yang memproduksi berita Metro Highlights dan Telusur khususnya pada tim produksi yang meraciknya menjadi suatu acara yang menarik dan berbobot untuk ditonton. Disamping itu penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada sistematika penulisan, penulis akan menjelaskan secara ringkas bab demi bab secara berurutan. Urutan penulisan bab yang akan disajikan adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Merupakan garis besar, arah tujuan, dan alasan penelitian yang mendorong penulis melakukan penelitian dan meliputi: Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penelitian (Manfaat Teoritis dan manfaat praktis), serta sistematika Penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Memaparkan lebih jauh mengenai teori yang menjadi landasan penulis, yang meliputi: Tinjauan Pustaka, Kerangka Pemikiran.

BAB III : Metodologi Penelitian

Menguraikan tentang: Desain Penelitian, Unit Analisis, Informan dan Key Informan, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen, Analisis Data.

BAB IV : Hasil Penelitian

Menguraikan seputar Metro TV Jakarta, Metro Highlights, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : Penutup

Berisi hasil penelitian, Kesimpulan dan Saran.