

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah hal yang mendasar yang diperlukan manusia dalam hidupnya. Sebagai makhluk sosial manusia tidak bisa hidup sendiri dan selalu membutuhkan komunikasi baik dengan diri sendiri maupun lingkungan sekitar untuk menyampaikan niat dan tujuan.

Seiring dengan perkembangannya jaman dan kemajuan teknologi, komunikasi yang dahulu dilakukan dengan cara primitif dan dengan segala keterbatasan, sekarang kita kini bisa menggunakan sarana komunikasi yang telah canggih dan akan terus berkembang. Seperti contoh pada zaman dahulu orang – orang berkomunikasi menggunakan asap, bunyi-bunyian sebagai cara penyampaian informasi, saat ini manusia sudah mampu berkomunikasi dengan manusia lain dengan tidak adanya keterbatasan ruang dan waktu. Manusia sekarang tidak hanya mampu mendengarkan dan menyampaikan informasi apa yang ada disekitar mereka, tetapi manusia juga melihat dan membicarakan sesuatu hal yang sedang terjadi dibelahan dunia lain.

Hal demikianlah yang membuat perkembangan teknologi komunikasi mengikuti perkembangan jaman. Jika dahulu hanya ada media cetak, saat ini berkembang menjadi media elektronik baik audio maupun audio visual.

Berdasarkan sifat fisiknya, media massa terbagi menjadi tiga jenis yaitu cetak, media audio dan media audio visual. Dari setiap jenis media massa mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing masing. Namun televisi sekarang menjadi sarana penyampaian informasi yang paling efektif, karena kemampuan dalam penyampaian pesannya secara langsung saat terjadinya peristiwa dimanapun dan kapanpun, dengan keunggulan suara (*audio*) dan gambar (*visual*) yang membuat khalayak bisa lebih jelas apa yang sedang terjadi di dunia luar sana.

Menurut Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy (2007 : 37) Pesan melalui media audio – visual dapat ditangkap secara lengkap, dapat dilihat dan didengarkan.

Karena keanekaragaman informasi yang disajikan oleh televisi, seperti berita, hiburan, seni membuat televisi lebih banyak dipilih oleh khalayak sebagai sumber informasi utama dibandingkan media lainnya. Sejak adanya stasiun televisi swasta RCTI yang memulai mengudara pada tahun 1989 maka sekarang di Indonesia terdapat sepuluh stasiun televisi swasta belum termasuk puluhan televisi swasta lokal yang berada di daerah-daerah di seluruh Indonesia. Dengan banyak bermunculan stasiun televisi di Indonesia, maka pemirsa dapat memperoleh informasi lebih banyak dan pemirsa menjadi pemegang kendali.

Berkat kemajuan industri pertelevisian membuat stasiun televisi berlomba-lomba dalam menghadirkan berbagai program yang bervariasi dan berkualitas agar bisa memanjakan dan memenuhi kebutuhan pemirsa akan informasi.

Dalam persaingannya, stasiun televisi mulai memilih pemirsa setianya dengan membagi dalam segmen-segmen tertentu dengan menyatakan dirinya sebagai televisi berita, televisi berita dan olah raga, televisi keluarga, Televisi Pendidikan dan lain sebagainya.

Stasiun televisi yang memulai segmentasi berita adalah Metro TV, Metro TV adalah stasiun televisi pertama berita 24 jam di Indonesia yang pertama mengudara pada 25 November 2000 dengan Siaran percobaan pertama kali mengudara mulai pukul 12 siang yang dimulai dengan program Metro Siang, yaitu program berita siang selama 30 menit yang berisikan laporan-laporan cepat, akurat, dan cerdas yang menjadi motto dari Metro TV. Hingga saat ini, Metro TV tetap memegang teguh sebagai televisi berita 24 jam dengan visi misinya mencoba memberikan yang terbaik kepada pemirsa di rumah yang membutuhkan informasi dengan berbagai tayangan yang edukatif dan berwawasan, dan terus konsisten menyajikan 60% berita dan 40% informasi-informasi yang layak diinformasikan kepada masyarakat baik informasi yang bersifat edukatif melalui tiga bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin. Dengan target pemirsa untuk golongan M / F, 20+, AB Class dengan karakteristik selera tinggi, cerdas, butuh akan informasi yang mendidikan serta professional.

Program program yang ditayangkan Metro TV dibagi menjadi 3 kategori yaitu News and Sport, News Magazine, dan Produksi. Program program *News* antara lain : Metro Pagi, Metro Siang, Metro Sore, Metro Xien Wen, Metro Hari Ini, Suara Anda, , Headline News, Top 9 News, Metro Malam. Untuk *Sport* antara lain : Metro Sport, 12 Pas,dan lain lain, untuk *News Magazine* antara lain : Metro Realitas, Archipelago, Metro Files, dan lain lain. Dan untuk program Produksi antara lain: Kick Andy, Democrazy, Provokativ pro aktive, Mario Teguh Golden Ways, dan lain lain.Salah satu program Metro TV yang menjadi unggulan adalah program Metro Sport program yang tayang setiap hari pukul 23.30 WIB dengan durasi 30 menit tersebut merupakan program News Sport yang berbentuk *Hard news dan soft news* yang berisikan materi - materi yang ada baik dalam maupun luar negeri.

1.2 Masalah Penelitian

Adapun penulis memilih program metro sport adalah karena program tersebut merupakan salah satu program yang mampu bertahan di tengah persaingan program serupa yang waktu dan jam tayangnya bersamaan.Dan juga sebagai wujud dari kesinambungan acara di Metro TV.

Dalam penyajiannya program metro Sport yang dibawakan secara Santai tapi serius tidak semudah menyajikan program musik atau program lainnya, dibutuhkan strategi yang tepat agar program ini dapat disajikan dengan baik dan

diterima oleh masyarakat umum. Mulai dari virtual set yang digunakan sebagai set, menentukan siapa presenter yang akan mengisi acara yang dapat menghidupkan suasana, musik pendukung dan materi yang akan ditayangkan. Dari berbagai unsur tersebut muncul pertanyaan penulis yaitu: **”Bagaimanakah strategi penayangan yang dilakukan dalam penyajian program metro sport di Metro TV?”**

Adapun judul dari penelitian ini adalah

Strategi Penyajian Program Metro sport di Metro TV.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

Tujuan umum:

Mengetahui bagaimana strategi yang digunakan untuk keberhasilan sebuah program televisi.

Tujuan khusus:

1. Melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana tim Metro Sport memproduksi program Metro Sport
2. Mengetahui bagaimana penyajian program metro Sport di Metro TV

1.4 Kegunaan Penelitian

- 1) Sebagai bentuk praktek dari teori komunikasi yang telah penulis dapatkan selama perkuliahan.

- 2) Menambah wawasan dan pemahaman penulis tentang penyajian program Metro Sport.
- 3) Sebagai referensi sumber ilmu pengetahuan baru kepada masyarakat yang membaca skripsi ini pada umumnya dan mahasiswa fakultas ilmu komunikasi pada khususnya