

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Televisi sebagai bagian dari kebudayaan audiovisual baru merupakan salah satu media massa yang paling kuat pengaruhnya dalam pembentukan sikap dan kepribadian seseorang secara luas. Televisi mampu menekan pesan secara efektif dengan memusatkan pandangan pemirsa melalui ilustrasi visual, tata gerak, warna dan berbagai bunyi atau suara. Tidak mengherankan televisi memiliki daya tarik luar biasa jika sajian program acara dapat menyesuaikan dengan karakter televisi dan pemirsa yang terpengaruh oleh televisi. (Fred,2007:1)

Televisi sebagai media massa juga telah menjalankan salah satu fungsinya dengan baik, yaitu sebagai media penyampaian informasi dan berita kepada khalayak atau publik. Televisi merupakan salah satu media massa elektronik yang lengkap, karena informasi atau berita yang disampaikan diperkuat dengan gambar, dan hal ini sesuai dengan karakteristiknya yaitu audio visual. Untuk terus dapat menjalankan fungsinya tersebut maka setiap stasiun televisi haruslah berlomba-lomba menyediakan program berita yang terbaik, agar program beritanya menjadi pilihan pemirsa, dan dapat benar-benar memenuhi kebutuhan masyarakat yang haus akan informasi atau berita yang berkembang.

Dengan banyak bermunculan stasiun televisi di Indonesia, maka pemirsa dapat memperoleh informasi lebih banyak dan pemirsa menjadi pemegang kendali dari kemajuan industri pertelevisian yang membuat stasiun televisi berlomba-

lomba dalam persaingannya menghadirkan berbagai program yang bervariasi dan berkualitas agar bisa memanjakan dan memenuhi kebutuhan pemirsa akan informasi. Dalam persaingannya saat ini, stasiun televisi mulai membedah dan memilah pemirsa setianya dengan membagi dalam segmen-segmen tertentu dengan menyatakan dirinya sebagai televisi berita, televisi olah raga, televisi keluarga, dan lain sebagainya.

Metro TV yang menyandang predikat sebagai salah satu stasiun televisi berita tak lepas dari program-program acara berbaur informasi. Berbagai jenis program berita seperti buletin berita, *headline news* yang hadir setiap 1 jam, *feature* yang kental dengan *human interest*, dokumenter, dan *talkshow* hadir setiap harinya.

Salah satu program Metro TV yang menjadi unggulan adalah program *News Maker Hot Issue*, program yang tayang setiap hari jumat pukul 23.05 WIB dengan durasi 30 menit tersebut merupakan program News yang berbentuk *soft news* yang mengangkat 6 tokoh yang sedang hangat dan menjadi perbincangan publik selama 1 minggu baik didalam negeri maupun luar negeri yang dikemas dengan unsur gaya menyentil dan lagu atau musik yang menyindir dan komentator untuk menanggapi tentang isu mengenai tokoh-tokoh yang sedang diperbincangkan.

News Maker Hot Issue memang menggunakan gaya penyajian yang berbeda dengan program buletin sejenis. Sasaran penonton yang mayoritas adalah kaum laki-laki juga menjadi pertimbangan dalam menentukan strategi penyajian programnya. Perbedaan dalam menyajikan program terlihat ketika *anchor* (pembawa berita) yang membuka acara tidak di dalam studio melainkan di tempat-tempat yang dianggap memiliki atmosfir kuat dalam mendukung

penyajian berita dan menguak langsung mengenai isu-isu yang beredar selama satu pekan terakhir tentunya dari para tokoh yang mendapat sorotan publik, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

Pemilihan jam tayang *News Maker Hot Issue* yang dimulai pada pukul 23.05 memiliki antusias yang besar dari pemirsa, selain penempatan konsepnya yang khas dan gaya penyajiannya yang santai, penempatan materi berita yang *softnews* di setiap segmennya juga mampu memainkan emosi pemirsa. Bagaimana meletakkan materi berita dilihat dari format dan nilai beritanya.

Penggunaan *promo* sebagai kekuatan *news bulletin* dan *teaser* yang menarik pada setiap segmennya untuk menggugah minat penonton. Program *News Maker Hot Issue* juga selalu mengawali acara dengan *headline news* dan menjadi bagian dari program. Apakah semua hal di atas merupakan sebuah strategi penyajian yang diterapkan oleh redaksi *News Maker Hot Issue* ? Penulis akan menjabarkan lebih lanjut pada Bab selanjutnya.

1.2 Fokus Penelitian

Program *News Maker Hot Issue* merupakan salah satu program *softnews* di Metro TV yang memiliki rating yang cukup tinggi, sehingga mampu bertahan di tengah persaingan program serupa yang perlahan mulai pudar. Cara penyajian dengan format *softnews* tentunya membuat program tersebut tetap menarik dan informatif. Oleh karena alasan itulah penulis memilih program *News Maker Hot Issue* Di Metro TV untuk penelitian.

Sedangkan untuk menyajikan program *News Maker Hot Issue* yang dibawakan dengan sajian *softnews* tentu tidak semudah menyajikan program televisi lainnya, dibutuhkan kesesuaian strategi penyajian yang baik agar program ini dapat diterima oleh pemirsa.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis menentukan fokus penelitian yaitu Strategi Penyajian Program *News Maker Hot Issue* di Metro TV. Dengan demikian rumusan masalah penelitian penulis yaitu **Bagaimana Strategi Penyajian Program *News Maker Hot Issue* di Metro TV?**

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, tujuan yang ingin digambarkan penulis yaitu 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 sebuah program berita untuk mencapai keberhasilan produksi sebuah program acara televisi yaitu rating yang tinggi.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Melakukan sebuah penelitian dengan pendekatan studi kasus untuk mengetahui bagaimana strategi penyajian yang diterapkan dalam program *News Maker Hot Issue* di Metro TV.

2. Ingin Mengetahui Bagaimana Produser Menentukan Kriteria Berita Untuk *News Maker Hot Issue*.
3. Ingin Mengetahui Bagaimana Produser Melakukan Pemilihan Materi Berita dan Menyusun Hingga Menjadi Urutan Prioritas.
4. Bagaimana Penentuan Kriteria yang Dilakukan Oleh Produser Untuk Memilih Presenter yang Dapat Mewakili Program *News Maker Hot Issue*.
5. Bagaimana Produser Menentukan Target Audience dan Pemilihan Jam Tayang Untuk Program *News Maker Hot Issue*.
6. Bagaimana Produser Menentukan Pemilihan Lagu-lagu yang Tepat Untuk Program *News Maker Hot Issue*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Berikut penjabarannya :

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti dan menambah kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu kepenyiaran (*broadcasting*) untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan dalam penayangan program *News Maker Hot Issue* di Metro TV.

1.4.2 Secara Praktis

1. Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat dipergunakan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 (S1) di Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan *Broadcasting* Universitas Esa Unggul.
2. Bermanfaat bagi mahasiswa *Broadcasting* Universitas Esa Unggul Jakarta untuk mengaplikasikan pengetahuannya tentang bagaimana menentukan strategi yang tepat dan inovatif dalam menyajikan sebuah program berita di televisi.
3. Bermanfaat untuk menambah wawasan dan pemahaman penulis dalam memahami kebijakan strategi penyajian untuk program berita *news Maker Hot Issue* di Metro TV.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penelitian ini, penulis akan menyusun secara sistematis dan membagi dalam lima bab pokok bahasannya adalah sebagai berikut:

BAB I

Pendahuluan yang di dalamnya terdapat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II

Tinjauan Pustaka di dalam ini terdapat kerangka teori dan kerangka pemikiran.

BAB III

Metode Penelitian, pada bab tiga metode penelitian di dalamnya terdapat Desain penelitian, Unit Analisis, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data.

BAB IV

Hasil penelitian, di dalamnya terdapat subyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V

Penutup di dalamnya terdapat kesimpulan dan saran.