

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Informasi merupakan sesuatu yang sangat penting dan diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Di berbagai aspek kehidupan masyarakat, informasi adalah hal yang sangat utama dimana informasi tersebut bisa menambah pengetahuan, memperluas wawasan, dan sebagai bahan beropini. Jadi, tak bisa dimungkiri bahwa setiap orang pasti membutuhkan informasi saat menjalani aktivitas sehari-hari. Karena itu, orang harus memilih media mana yang mereka butuhkan untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan.

Menurut Nova (2005:205), berdasarkan sifatnya media massa terbagi menjadi dua, diantaranya media cetak (majalah, surat kabar, brosur, dan lainnya) dan media elektronik (televisi, radio, internet, dan lainnya)<sup>1</sup>. Media massa mengacu pada sarana dan metode penyebaran berita. Salah satu media yang paling populer adalah televisi.

Mayoritas masyarakat masih memilih televisi untuk memenuhi kebutuhan informasinya, karena televisi merupakan sarana alat komunikasi yang mudah diakses oleh semua lapisan masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan informasi baru audiens, media televisi menyiarkan lebih banyak program acara. Televisi sering

---

<sup>1</sup> Irene Silviani, Elok Perwirawati Besti Rohana Simbolon, *Manajemen Media Massa*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021. hlm. 38.

disebut sebagai bentuk media massa yang paling banyak digunakan diantara jenis media lain, karena mengutamakan pesan audio-visual yang dapat dinikmati oleh khalayak.

Media massa elektronik televisi sangat erat kaitannya dengan fungsinya sebagai penyedia informasi, pendidikan dan hiburan. Sebagai alat pemberi informasi, artinya dapat mengetahui dan memahami sesuatu melalui isinya. Dengan kata lain, sebagai alat pendidikan (fungsi pendidikan), memiliki kandungan yang meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan moral manusia. Televisi dapat menghibur seseorang sebagai sarana hiburan (*entertainment function*). Fungsi yang diberikan oleh media televisi, membuktikan bahwa televisi sebagai sumber media yang dipercaya untuk mendapat informasi (databoks.katadata.co.id)<sup>2</sup>



**Gambar 1.1 Survey Televisi.**

<sup>2</sup> Databoks.katadata.co.id, (2020), *Sumber Media yang Dipercaya untuk Mendapat Informasi*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/survei-kic-masyarakat-paling-percaya-informasi-dari-televisi> (Diakses pada 30 September 2022).

Berdasarkan survei literasi digital Katadata Insight Center (KIC) yang bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), televisi menjadi sumber utama dan terpercaya masyarakat Indonesia guna mendapatkan informasi. Kondisi tersebut diakui 49,5% responden yang menjangkau 1.670 responden dari 34 provinsi di Indonesia. Maka dari survei tersebut, tak heran jika media televisi jadi akses utama masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Perkembangan media televisi di Indonesia semakin meningkat, sebelumnya hanya ada satu stasiun televisi nasional, yaitu Televisi Republik Indonesia (TVRI). TVRI adalah stasiun televisi pertama di Indonesia yang mengudara sejak tahun 1962 di Jakarta dan Starvision Plus<sup>3</sup>. Lalu, pada tahun 1989 lahir stasiun televisi swasta pertama, yaitu Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), yang didirikan sebagai alternatif untuk menyiarkan tontonan menarik yang sebelumnya didominasi oleh TVRI. Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) kini dikenal dengan MNC TV, Surya Citra Televisi (SCTV), Indosiar, Televisi Transformasi Indonesia (Trans TV), TV7 yang kini menjadi Trans 7, Lativi yang kini menjadi TV One, Metro TV, Global TV.

Pada umumnya, stasiun televisi terdiri atas televisi generalis dan televisi spesialis. Televisi generalis yaitu televisi yang menyajikan berbagai acara dan program yang beragam antara lain sinetron, acara musik, olahraga, acara anak, dan

---

<sup>3</sup> Anton Mabruri KN, *Manajemen Produksi Program Acara TV*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2013. hlm. 4.

berita. Sebaliknya, televisi spesialis, yaitu televisi yang mengutamakan acara pada program-program tertentu.

Metro TV merupakan stasiun TV yang masuk dalam golongan TV spesialis, yang memusatkan acaranya pada program berita. Didirikan oleh PT Media Televisi Indonesia, Metro TV resmi mengudara sejak 25 November 2000 di Jakarta. Stasiun TV ini mengudara selama 24 jam sehari dengan menggunakan tiga bahasa, yaitu Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Mandarin. Selain itu, Metro TV adalah stasiun televisi berita pertama di Indonesia<sup>4</sup>.

Pada bulan September 2022, tim BPS (Badan Pusat Statistik) melakukan riset selama setahun penuh dan Metro TV terpilih sebagai mitra terbaik BPS kategori media massa. Apresiasi berupa BPS Awards digelar sebagai momen Hari Statistik Nasional (HSN) 2022 dengan tema BPS Berkualitas, Bangsa Sejahtera. Metro TV dipilih karena sering menyajikan tayangan yang berkualitas dengan data yang valid dan reliable, hal ini dikatakan oleh Sekretaris Utama BPS, Atqo Mardiyanto.<sup>5</sup>

Sebelumnya pada bulan Juni, Metro TV juga sabet penghargaan Adam Malik Awards 2022 sebagai Media Televisi Terbaik. Setahun terakhir, stasiun televisi Metro TV diyakini konsisten memberitakan berita politik luar negeri yang positif. Adam Malik Awards sendiri merupakan penghargaan tahunan yang diberikan kepada awak media, khususnya media yang menonjolkan aspek positif kinerja

---

<sup>4</sup> Company Profile Metro TV, <https://www.metrotvnews.com/about> (Diakses pada 30 September 2022).

<sup>5</sup> Metro TV Raih Penghargaan BPS Awards 2022, <https://www.metrotvnews.com/play/NOICYDQA-metro-tv-raih-penghargaan-bps-awards-2022> (Diakses pada 9 Oktober 2022).

diplomasi. Penghargaan ini diberikan oleh Direktur Informasi dan Media Kementerian Luar Negeri, Hartyo Harkomoyo di Kompleks Media Group, Jakarta Barat<sup>6</sup>.

Berdasarkan hasil survei Komunikasi Penyiaran Indonesia (KPI), tentang indeks kualitas program acara televisi periode I 2021, Metro TV indeks program *variety show*, mencetak 3,60 poin. Indeks program wisata dan budaya dengan 3,76 poin. Indeks berita Metro TV menempati urutan ketiga dengan 3,34 poin. Indeks Program Keagamaan menempati urutan ketiga dengan 3,48 poin. Kemudian peringkat keempat pada Indeks Program Talk Show Metro TV dengan skor 3,44. Penilaian ini dilakukan oleh 108 ahli dengan menggunakan populasi penelitian yang mencakup semua program siaran dari delapan indeks program yang disiarkan di 15 saluran televisi nasional antara Januari hingga Maret 2021.<sup>7</sup>

Sebagai jaringan televisi swasta berita di Indonesia, Metro TV memiliki berbagai program diantaranya, *Headline News*, *Breaking News*, *Metro Pagi Primetime*, *Editorial Media Indonesia*, *Selamat Pagi Indonesia*, *Metro Xin Wen*, *Metro Siang*, *Newsline*, *Zona Bisnis*, *Metro Hari Ini*, *Primetime News*, *Top News*, *Metro Malam*, *Metro This Week*, *President's Corner*, *World News*, *Sisi Metropolitan*, *Live Event*.

---

<sup>6</sup> Metro TV Raih Penghargaan Adam Malik Awards 2022, <https://m.metrotvnews.com/play/N0BCIVw1-metro-tv-raih-penghargaan-adam-malik-awards-2022> (Diakses pada 10 Oktober 2022).

<sup>7</sup> Riset KPI: Metro TV Unggul dalam 2 Indeks Program Siaran <https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/ybJODVBk-riset-kpi-metro-tv-unggul-dalam-2-indeks-program-siaran> (Diakses pada 26 Desember 2022)

Program berita faktual dan khas terus diunggulkan dari program acara berita yang ditayangkan. Namun, seiring berkembangnya waktu kemas program khususnya pada program berita sangat penting, terutama pada isi berita yang disajikan. Hal tersebut mendorong tim produser untuk menyajikan program acara berita dengan lebih inovatif dan diterima di masyarakat.

Produser sangat berperan penting dalam sebuah program acara di televisi. Seorang produser bertanggung jawab penuh atas setiap bagian dari pembuatan program, mulai dari memunculkan dan mengembangkan ide hingga merencanakan dan mengawasi proses penerapan program untuk memastikannya berjalan lancar. Sepanjang Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca-Produksi, produser melakukan semua pemeriksaan.

Salah satu program berita Metro TV dengan ide konsep yang berbeda dari acara berita lainnya, yaitu program berita Zona Bisnis. Peneliti memilih program Zona Bisnis, karena program Zona Bisnis memiliki pembahasan seputar berita ekonomi, bisnis, pergerakan indeks saham, serta menghadirkan narasumber seperti analis atau pakar dibidangnya yang terpercaya untuk mengupas isu yang sedang dibahas. Selain itu, Zona Bisnis memiliki keistimewaan dengan adanya studio di Bursa Efek Indonesia, sehingga dapat *live* bersama dari studio Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk menginformasikan berita seputar rekomendasi saham, bursa, pergerakan IHSG, dan perdagangan di Indonesia dan dunia hari ini. Program Zona Bisnis menargetkan segmentasi penonton pada masyarakat menengah ke atas,

dengan kelompok masyarakat wirausaha, pengusaha, trader saham, analis bisnis, dan sebagainya.

Program berita bisnis yang tayang setiap hari Senin sampai Jumat ini disiarkan di *channel* Metro TV pada pukul 15.05 – 15.30 WIB. Dengan durasi 25 menit, yang didalamnya terdapat tiga segmen dan dua *commercial break*. Untuk meningkatkan kualitas program Zona Bisnis, dibutuhkan strategi produser agar program tersebut bisa selalu berjalan dengan lancar dan dapat mempertahankan program Zona Bisnis agar menjadi berita ekonomi dan bisnis yang informatif dan edukatif bagi masyarakat.

Oleh sebab itu, peneliti akan menggunakan Zona Bisnis sebagai objek penelitian. Dengan menggambarkan tentang bagaimana seorang produser program acara mempersiapkan tayangan di televisi. Peneliti akan berfokus pada stasiun televisi Metro TV, karena Metro TV tayang di televisi nasional dengan jangkauan penonton yang lebih luas. Peneliti memakai Teori Peter. K Pringle yang sehubungan dengan proses manajemen suatu produksi program. Mulai dari tahap Pra-Produksi, Produksi sampai Pasca-Produksi, yang dirincikan menjadi empat, yaitu: Perencanaan Program, Produksi dan Pembelian Program, Eksekusi Program, Pengawasan dan Evaluasi Program. Untuk itu, peneliti mengangkat judul “STRATEGI PRODUSER DALAM PROSES PRODUKSI PROGRAM ZONA BISNIS DI METRO TV”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang didapat dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Produser Dalam Proses Produksi Program Zona Bisnis di Metro TV?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang di atas, dapat diketahui bahwa adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi produser untuk mempersiapkan tayangan program Zona Bisnis di Metro TV.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan baik secara teoritis, akademis, dan praktis sebagai berikut:

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan mengenai studi tentang media massa, khususnya media massa elektronik yaitu televisi. Serta mengetahui bagaimana startegi produser dalam proses produksi program acara televisi.



#### **1.4.2 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan ilmu pengetahuan mengenai studi ilmu komunikasi jurnalistik khususnya tentang strategi produser dalam proses produksi program acara televisi yang dapat menjadi ilmu pengetahuan untuk penelitian selanjutnya.

#### **1.4.3 Manfaat Praktis**

Harapan dari penelitian ini dapat menjelaskan bagaimana tim produksi produser Metro TV membuat konsep atau strategi perencanaan produksi program Zona Bisnis. Sehingga hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan evaluasi bagi program Zona Bisnis di Metro TV dalam hal penyajian informasi yang inovatif.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Peneliti akan mengelompokkan penelitian ini menjadi lima bab dengan sistematika sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab I ini berisi mengenai latar belakang masalah dengan menggambarkan mengenai strategi peran produser dalam proses produksi dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi pada program Zona Bisnis di Metro TV. Selanjutnya rumusan maslaah bagaimana strategi produser dalam proses

produksi program Zona Bisnis di Metro TV, selanjutnya adanya tujuan penelitian untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi produser untuk mempersiapkan tayangan program Zona Bisnis di Metro TV. Lalu, adanya manfaat dan kegunaan penelitian baik secara teoritis, akademis, dan praktis. Dan yang terakhir ada sistematika penelitian, bagaimana penelitian ini disusun.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II ini berisikan yang digunakan sebagai bahan referensi dalam penyusunan penelitian. Terdapat penelitian terdahulu yang menjadikan acuan bagi peneliti untuk mendalami informasi. Selain itu, adanya pembahasan kerangka teori yang berisi mengenai konsep-konsep yang akan digunakan oleh peneliti sebagai dasar penelitian dan untuk dasar pembelajaran yang terjadi di lapangan dengan konsep yang terdapat di dalam buku.

## **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi mengenai metode yang akan digunakan dalam penelitian. Dimana pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang digunakan untuk menjelaskan serta menggambarkan mengenai startegi produser dalam proses produksi program Zona Bisnis di Metro TV. Selanjutnya, penentuan informan yang digunakan untuk keakuratan penelitian dapat dipertanggung jawabkan. Lalu, adanya teknik pengumpulan data dengan cara

observasi, wawancara dan dokumentasi. Dan yang terakhir yaitu lokasi dan jadwal penelitian.

#### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

Bab IV ini berisi hasil dan pembahasan dalam penelitian strategi produser dalam proses produksi program Zona Bisnis di Metro TV. Yang pertama membahas mengenai gambaran umum stasiun televisi Metro TV, profile, struktur organisasi, visi serta misi, media sosial Metro TV, gambaran umum pada program Zona Bisnis, peran produser dalam proses produksi program Zona Bisnis, strategi produser dalam perencanaan program, strategi produser dalam produksi dan pembelian program, strategi produser dalam eksekusi program, strategi produser dalam pengawasan dan evaluasi program. Lalu pada sub bab terakhir adanya pembahasan dari analisis di atas sesuai teori strategi manajemen program.

#### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab V ini berisi kesimpulan dan saran dalam penelitian ini peneliti membahas seluruh hasil kesimpulan dalam menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini dan mencapai tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi produser dalam proses produksi program Zona Bisnis di Metro TV, serta saran pada hasil analisis program Zona Bisnis tersebut.