

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Program Pra Event Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 Metro TV

Program pra *event* natal dan tahun baru 2018 – 2019 di Metro TV adalah program tahunan yang diselenggarakan dengan konsep tertentu yang telah disepakati bersama dengan format mini *talkshow*. Program tahunan ini menggunakan tema besar yaitu “Berbagi Kasih dalam Kebinekaan”. Program ini muncul di hadapan pemirsa dengan maksud memberikan pengumuman untuk menyambut natal dan tahun baru. Seperti yang dikemukakan oleh Peter Pringle (1991) dalam (Robin, 2014, p. 275) yaitu, pengelolaan stasiun televisi menargetkan suatu audien umum dan berupaya untuk memberikan *respons* atas kesukaan atau preferensi dari orang – orang yang tengah menonton.

Program pra *event* ini menghadirkan tujuh orang narasumber dengan mengerucutkan tema besar yang sudah dibagi dua menjadi “Inspirasi Natal” dan “Menjaga Kebinekaan” seperti berikut:

Tabel 2.1 Segmentasi Penayangan Program

No.	Narasumber	Kategori	Tema	Tanggal tayang
1.	Enggartiaso Lukita (Menteri Perdagangan Republik Indonesia)	Bincang Tokoh (durasi 5 menit)	Inspirasi Natal	17-12-2018 (segmen 9 pada program Selamat Pagi Indonesia)

2.	Kevin Hendrawan (Youtuber)	Bincang Tokoh (durasi 5 menit)	Inspirasi Natal	18-12-2018 (segmen 9 pada program Selamat Pagi Indonesia)
3.	Merry Riana (Motivator)	Bincang Tokoh (durasi 5 menit)	Inspirasi Natal	19-12-2018 (segmen 9 pada program Selamat Pagi Indonesia)
4.	Daniel Mananta (Presenter, Aktor)	Bincang Tokoh (durasi 5 menit)	Inspirasi Natal	20-12-2018 (segmen 9 pada program Selamat Pagi Indonesia)
5.	Franz Magnis Suseno (Budayawan)	Bincang Tokoh (durasi 5 – 7 menit)	Menjaga Kebinekaan	26-12-2018 (segmen 2 pada program Selamat Pagi Indonesia)
6.	Mahfud MD (Mantan Ketua Mahkamah Konstitusi RI)	Bincang Tokoh (durasi 5 – 7 menit)	Menjaga Kebinekaan	28-12-2018 (segmen 2 pada program Selamat Pagi Indonesia)
7.	Jusuf Kalla (Wakil Presiden RI)	Bincang Tokoh (durasi 5 – 7 menit)	Menjaga Kebinekaan	29-12-2018 (segmen 2 pada program Selamat Pagi Indonesia)

Berdasarkan pembagian siklus aktivitas *audien* mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali, secara umum *programmer* membagi waktu siaran menjadi lima segmen seperti berikut:

1. Prime Time jam 19.30 – 23.00
2. Lae Fringe Time jam 23.00 – 01.00
3. All Other Time jam 01.00 – 10.00
4. Day Time jam 10.00 – 16.30 (akhir pecan mulai pukul
08.00 – 19.30)
5. Friange Time jam 16.30 – 19.30

Hal ini yang membuat penayangan Program ini pada *Day Time* karena untuk mengawali hari yang panjang dengan penuh kedamaian yang menjadi topik pembahasan dalam mini *talkshow* ini yaitu mengenai damai natal dan toleransi. Mini *talkshow* ini sendiri tergolong ke dalam format acara televisi non fiksi (non drama) yang diproduksi dan diciptakan melalui proses imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari – hari. (Naratama, 2004, pp. 65 - 66). Mini *talkshow* ini juga tergolong sebagai jenis *talkshow* yang berdurasi lebih singkat dibanding *talkshow – talkshow* pada umumnya. Jika *talkshow* terdiri dari beberapa segmen yang bisa tayang satu hingga dua jam, lain halnya dengan mini *talkshow* yang hanya tayang dalam hitungan menit dan menyampaikan pesan secara singkat, padat dan mendalam.

Awal mula sebelum diputuskan bahwa tema *event* tahunan Metro TV adalah “Berbagi Kasih dalam Kebinekaan”, tentu saja harus melalui proses diskusi yang panjang. Makna “Berbagi Kasih” selain identik dengan hari raya Natal, juga diartikan saling membagi cinta kasih agar peduli dengan sesama disaat Indonesia sedang berduka. Tahun 2018, belakangan Indonesia banyak diuji oleh bencana yang terjadi diluar dugaan. Mulai dari jatuhnya pesawat Lion Air JT610, gempa Lombok, gempa Palu, tsunami Selat Sunda, banjir Sulawesi Selatan hingga permasalahan politik menjelang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Lalu, “dalam Kebinekaan” mempunyai makna yang masih berkesinambungan dengan awalan dari tema besar tersebut. Metro TV membuat tema dengan mengaitkan Indonesia adalah negara yang tetap utuh meski memiliki keberagaman. Tetap bersatu untuk sama – sama saling tolong menolong meskipun pada kenyataannya berbeda – beda. Kerucutan dari tema besar tersebut yaitu “Inspirasi Natal”, para tokoh berbicara mengenai bagaimana dan seperti apa makna natal di mata mereka. Sedangkan “Menjaga Kebinekaan”, para tokoh berbicara mengenai toleransi bagi mereka yang ada dan terjadi di Indonesia.

Satu bulan sebelum memasuki bulan Desember, waktu dipergunakan untuk *meeting* dengan produser seluruh program acara untuk menyusun jadwal dan mematangkan ide. Setelah diputuskan segala macam proses pra produksi, kemudian berlangsunglah proses produksi program pra *event* ini dengan metode taping yang dilakukan di kediaman atau tempat yang sesuai dengan kesepakatan

dimana para *crew* yang mendatangi narasumber. Lokasi shooting ke tujuh narasumber pun berbeda beda, sebagai berikut:



Lokasi: Istana Wakil Presiden Republik Indonesia



Lokasi: Kantor Kementerian Perdagangan Republik Indonesia



Lokasi: Kantor Mahfud MD Initiative



Lokasi: Sekolah Tinggi Driyakara



Lokasi: Analogy Café (Metro TV)



Lokasi: Kantor DAMN I Love Indonesia



Lokasi: Ardent Coffee (Jakarta Barat)

Gambar 2.1 Cuplikan Tayangan Pra Event Natal dan Tahun Baru (sumber : medcom.id).

Terlihat dari cuplikan tayangan program pra event natal dan tahun baru 2018 – 2019 di Metro TV ini dilaksanakan diluar studio atau Out-Door yang akan berhadapan langsung dengan warna, nuansa dan suara alam yang beda – beda. Oleh sebab itu, diperlukan persiapan untuk menentukan jenis *shoot*-nya. *Shoot* adalah suatu kesimpulan yang singkat tetapi padat. Program ini menggunakan *Long Shoot* (LS) yang menunjukkan gambar manusia seutuhnya dari ujung rambut hingga ujung sepatu dan menggunakan *Medium Shoot* (MS) yang menunjukkan subjek orang dari tangan hingga ke atas kepala yang umumnya digunakan sebagai komposisi gambar terbaik untuk wawancara (Naratama, 2004, pp. 74 – 75).

B. Metro TV dalam Media Penyiaran

Media memiliki sejarah yang panjang sebagai pendukung kegiatan komunikasi. Media juga telah membaaur dalam kehidupan bermasyarakat serta memiliki beragam fungsi yang mampu mempengaruhi aktifitas masyarakat secara menyeluruh (Straubhaar & LaRose, 2004 dalam Ayuningtyas & Alif, 2009).

Ketentuan umum Undang – Undang No.32/2002 pasal 1 butir 2 tentang penyiaran yang dikemukakan oleh (Djamal & Fachruddin , 2011, p. 46), memberikan definisi khusus, yaitu penyiaran sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana atau media agar dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerimaan siaran. Selanjutnya, dalam konsideran UU No.32/2002 butir d ditegaskan bahwa lembaga penyiaran

merupakan media komunikasi massa yang mempunyai peran penting dalam kehidupan sosial, budaya, politik dan ekonomi, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan serta kontrol dan perekat sosial.

Pada jaman yang sudah semakin maju ini, dalam (Hofmann, 1999, pp. 53 - 58) televisi cenderung mendorong manusia untuk mengkonsumsinya secara berlebihan. Namun, dalam membangun suatu etika mengenai televisi, ada beberapa hal bagaimana televisi berfungsi bagi masyarakat, antara lain:

a. Pengawasan situasi masyarakat dan dunia

Fungsi ini sering disebut informasi. Fungsi televisi yang sebenarnya adalah mengamati kejadian di dalam masyarakat dan kemudian melaporkannya sesuai dengan kenyataan yang ditemukan.

b. Menghubungkan satu dengan yang lain

Menurut Neil Postman, televisi tidak berkesinambungan. Tetapi, televisi menyerupai sebuah mosaik dapat saja menghubungkan hasil pengawasan satu dengan lainnya. Namun, jika televisi berfungsi sesuai dengan kepentingan masyarakat yang ditangkap oleh pembuat program, televisi sangat ampuh untuk membuka mata para pemirsa.

c. Menyalurkan kebudayaan

Televisi tidak hanya mencari, tetapi juga ikut memperkembangkan kebudayaan sehingga dilihat sebagai fungsi pendidikan. Kebudayaan

yang dikembangkan oleh televisi merupakan tujuan tanpa pesan khusus di dalamnya.

d. Hiburan

Dalam hal ini, hiburan juga dapat diberi nilai yang di Amerika Serikat sering disebut recreational success, yaitu keberhasilan sebagai rekreasi.

Masyarakat yang menontonnya bukan hanya ingin dihibur tetapi juga mau untuk belajar.

e. Pengerahan masyarakat untuk bertindak dalam keadaan darurat

Meskipun sering disalahgunakan oleh penguasa, tetapi fungsi ini cukup masuk akal. Televisi harus proaktif memberi motivasi dan menganjurkan supaya orang mau dibantu secara preventif. Misalnya, jika terjadi wabah penyakit di suatu tempat, televisi dapat sebagai pengawas yang menyebarkan berita.

Diperlukan kebijakan dalam pengelolaan industri televisi, terutama televisi swasta agar tujuan penyelenggaraan siaran yaitu “untuk memperkokoh integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera” yang tercantum dalam Bab II, Pasal 3, UU, Penyiaran 2002 (Mustika, 2012).

Selain itu, Undang – Undang No. 32 tahun 2002 yang juga mengatur tentang penyiaran Pemerintah secara resmi mengizinkan berdirinya stasiun televisi di Indonesia. Berdasarkan data dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) saat ini di Indonesia telah beroperasi 11 stasiun televisi nasional diantaranya adalah TVRI, RCTI, TPI, SCTV, ANTV, Indosiar, Metro TV, Trans 7, Trans TV, TV One dan Global TV. Berangkat dari hal tersebut, Metro TV mengambil posisi sebagai TV berita (*news TV*) yang dapat bersaing menghadapi stasiun TV nasional lainnya yang umumnya melayani masyarakat luas dengan hiburan dan informasi (Ayuningtyas & Alif, 2009).

Metro TV adalah televisi berita pertama di Indonesia dengan jam tayang selama 24 jam mengudara pada tanggal 25 November 2000. Metro TV juga merupakan salah satu anak perusahaan dari Media Group yang dimiliki oleh Surya Paloh. Metro TV bertujuan untuk menyebarkan berita dan informasi ke seluruh pelosok Indonesia. Metro TV sendiri terdiri dari 70% berita (*news*) yang ditayangkan dalam 3 bahasa yaitu, Indonesia, Inggris, Mandarin ditambah dengan 30% program non berita (*non news*) yang edukatif. Metro TV juga melakukan kerjasama dengan beberapa stasiun televisi International seperti CCTV, Channel 7 Australia, dan Voice of America (VOA), Channel News Asia (CNA) dan Al-Jazeera Qatar. Dengan kerjasama International ini, Metro TV berusaha memberikan sumber berita mengenai luar negeri yang dapat dipercaya dan komprehensif pada dunia luar serta mendukung Metro TV untuk menjadi

media yang secara cepat, tepat dan cerdas dalam mendapatkan beritanya. Hal ini juga dapat dilihat dari visi misi Metro TV sebagai berikut:

Visi:

- Untuk menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dan menjadi nomor satu dalam program beritanya, menyajikan program hiburan dan gaya hidup yang berkualitas. Memberikan konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang iklan.

Misi:

- Untuk membangkitkan dan mempromosikan kemajuan Bangsa dan Negara melalui suasana yang demokratis, agar unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung tinggi moral dan etika.
- Untuk memberikan nilai tambah di industry pertelevisian dengan memberikan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda dan memberikan liburan yang berkualitas.
- Dapat mencapai kemajuan yang signifikan dengan membangun dan menambah asset perusahaan, untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan para karyawannya dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang saham (sumber: Public Relations Metro TV (TV, 1999).
- Berbagai macam program yang Metro TV tawarkan untuk pemirsanya. Program siaran, merupakan gabungan dari konten –

konten yang disusun berdasarkan jadwal tertentu untuk disiarkan. Multiplexer, merupakan sistem perangkat untuk menyalurkan beberapa program siaran dari para Penyelenggara Program Siaran yang kemudian dipancarkan kepada masyarakat atau penonton melalui suatu perangkat transmisi. Izin penyelenggara multiplexer atau transmisi akan diberikan melalui mekanisme seleksi atau lelang.

Tujuh dari 15 zona layanan telah dilakukan pelelangan. Menurut (Prabowo, Januari 2012) pemenang pada masing – masing zona tersebut tercantum pada tabel berikut:

Tabel 2.2 Hasil Seleksi Lembaga Penyiaran Penyelenggara Penyiaran Multipleksing Pada Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Digital Terrestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (Free to Air)

Zona Layanan	Perusahaan	Nama Sebutan
Zona layanan 1 (Aceh dan Sumatera Utara)	PT. RCTI Lima Belas Aceh	RCTI Network
	PT. Cakrawala Andalas Televisi Medan dan Batam	ANTV Medan
	PT. Trans 7 Medan Palembang	Trans 7 Medan
	PT. Media Televisi Banda Aceh	Metro TV Aceh
	PT. Indosiar Medan Televisi	Indosiar Medan
Zona layanan 14 (Kalimantan Timur dan Kalimantan Selatan)	PT. Trans 7 Pontianak Samarinda	Trans 7 Samarinda
	PT. GTV Tujuh	Global TV
	Pt. Lativi Mediakarya Manado dan Samarinda	TVOne Samarinda
	PT. Media Televisi Banjarmasin	Metro TV Kalsel
	PT. Surya Citra Multikreasi	SCTV Banjarmasin

Zona layanan 4 (DKI Jakarta dan Banten)	PT. Banten Sinar Dunia Televisi	BSTV
	PT. Lativi Media Karya	TVOne
	PT. Media Televisi Indonesia	Metro TV
	PT. Surya Citra Televisi	SCTV
	PT. Televisi Transformasi Indonesia	Trans TV
Zona layanan 5 (Jawa Barat)	PT. Cakrawala Andalas Televisi Bandung dan Bengkulu	ANTV Bandung
	PT. Indosiar Bandung Televisi	Indosiar Bandung
	PT. Media Televisi Bandung	Metro TV Jabar
	PT. RCTI Satu	RCTI Network
	PT. Trans TV Yogyakarta Bandung	Trans TV Bandung
Zona layanan 6 (Jawa Tengah dan Yogyakarta)	PT. GTV Dua	Global TV
	PT. Indosiar Televisi Semarang	Indosiar Semarang
	PT. Lativi Mediakarya Semarang – Padang	TVOne Semarang
	PT. Media Televisi Semarang	Metro TV Jawa tengah
	PT. Trans TV Semarang Makassar	Trans TV Semarang
Zona layanan 7 (Jawa Timur)	PT. Cakrawala Andalas Televisi	ANTV
	PT. Global Informasi Bermutu	Global TV
	PT. Media Televisi Indonesia	Metro TV
	PT. Surya Citra Televisi	SCTV
	PT. Televisi Transformasi Indonesia	Trans TV
Zona layanan 15 (Kepulauan Riau)	PT. RCTI Sepuluh	RCTI Network
	PT. Surya Citra Pesona Media	SCTV Batam
	PT. Trans TV Batam Kendari	Trans TV Batam

C. Program Televisi tentang Keberagaman di Indonesia

Sedari dulu, bangsa Indonesia dikenal sebagai bangsa yang majemuk dan multikultural. Hal ini terbukti dari semboyan “Bhineka Tunggal Ika” yang artinya meskipun berbeda – beda tetapi tetap satu jua. Kemajemukan yang ada terdiri atas keragaman suku bangsa, budaya, agama, ras dan bahasa. Namun, dibalik perbedaan itu tentunya ada beberapa kesamaan juga seperti, hukum, hak milik tanah, persekutuan, dan kehidupan sosialnya yang berasaskan kekeluargaan (Ngalimun, 2018, p. 92).

Masyarakat majemuk yang ada di Indonesia, bukan hanya beragam suku bangsa dan kebudayaannya secara horizontal, tetapi juga secara vertikal atau jenjang menurut ekonomi, teknologi dan organisasi sosial – politiknya. Tanpa disadari, Indonesia mempunyai masyarakat yang tergolong dominan dan minoritas sebagaimana yang terwujud dalam interaksi individual maupun kelompok. Sebagai bangsa yang mempunyai keragaman luar biasa, Indonesia sering kali dijadikan ajang pemantauan proses – proses demokrasi, penerapan ide – ide pluralisme dan multikulturalisme (Tumanggor, Ridho, & Nurrochim, 2010, p. 113).

Adanya masyarakat multikultur seperti di Indonesia ini, tentunya ada perwujudan dari multikulturalisme itu sendiri yaitu media massa televisi yang mempersembahkan berbagai macam program acara. Salah satu program yang

menampilkan tentang keberagaman atau multikulturalisme yang ada di Indonesia adalah “Jejak Petualang” yang disiarkan oleh Trans 7. Tayangan ini identik dengan karakter perempuan yang tangguh dengan memperkenalkan fenomena seputar alam, kearifan lokal, kebudayaan dan eksplorasi alam Indonesia dengan format tayangan dokumenter (Rizqi, 2016).

Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang unik di dunia. Ditilik dari keragaman pulau yang ada, kini tercatat tidak kurang dari 18.110 pulau dengan ukuran besar dan kecil di Indonesia. Selain itu, ditilik juga dari kajian etnobiologi secara lintas budaya, pada umumnya masyarakat tradisional dengan bekal modal pengetahuan lokalnya, seperti pengetahuan biologi lokal mampu dan berhasil melindungi proses – proses ekologi potensial, melindungi aneka ragam species atau varietas tumbuhan dan hewan, beserta ekosistemnya. Oleh karena itu, hal ini dimanfaatkan untuk berbagai program pembangunan, misal pada bidang pengobatan, pertanian, peternakan, kehutanan, dan konservasi alam (Waren dkk, 1995 dalam (Iskandar, 2016).

Selain itu (Ditindb, 2015) mengatakan, seperti televisi masa kini milik Indonesia yaitu NET TV menyajikan program “Indonesia Bagus” yaitu tayangan yang mengangkat tentang kekayaan dan persoalan alam budaya Indonesia langsung dari tangan pertama, yaitu penduduk setempat. Menurut (Widiastuti, 2013) tayangan tersebut berhubungan dengan adanya fenomena menarik tentang keberagaman di Indonesia.

Penduduk Indonesia tersebar dari ujung Barat hingga Timur, mulai dari Sumatera sampai Papua dengan kondisi geografis yang berbeda – beda dan warisan kebudayaan yang berbeda. Merujuk pada konstitusi UNESCO, keanekaragaman budaya tidak hanya terbatas pada mempertahankan, namun harus diselamatkan, dilestarikan tanpa batas waktu dengan kemampuan untuk menerima dan menyikapi perubahan budaya. Mengupayakan persatuan masyarakat plural seperti Indonesia bukan hal yang mudah, dengan adanya tayangan “Indonesia Bagus” ini sebagai suatu contoh proses pembentukan dan penguatan *national building* yang merupakan agenda penting dan harus dibina serta ditumbuhkan. Usaha untuk merajut karakter, kehendak, dan komitmen bersama dari suatu bangsa majemuk mensyaratkan hadirnya negara persatuan seperti yang tercermin pada bagian akhir pidato Soekarno pada 1 Juni 1945. Seperti contoh masyarakat Karimunjawa yang multikultur tetapi mempunyai perpaduan tiga suku utama yaitu Jawa, Bugis, Madura dengan harmonis (Susilowati & Masruroh, 2018).