


PERBANDINGAN TAYANGAN JURNALISTIK DAN TAYANGAN ARTISTIK PADA METRO TV (Studi Analisis Isi Pada Prosentase perbandingan Program Jurnalistik dan Artistik Pada Metro TV Edisi 12-18 Februari 2007)

 Oleh: Anto Juher Purwanto (00220299 / 07220224)
Communication Science
Dibuat: 2008-07-16 , dengan 3 file(s).

Keywords: Perbandingan tayangan, jurnalistik dan artistik, analisis isi

Homogenisasi isi media menjadi fenomena yang menggelikan sekaligus memprihatinkan. Ciri khas atau spesialisasi hingga saat ini tetap menjadi suatu hal yang sangat langka. Sulit untuk dipahami bahwa segmentasi tidak menjadi prioritas dalam bisnis televisi kita. Tidak satupun televisi khusus yang melayani segmen khalayak kelas atas atau khalayak kelas bawah saja. Masing-masing televisi swasta menayangkan artefak-artefak budaya televisi dengan jenis, model, dan kualitas yang nyaris tak ada bedanya. Tidak ada satu televisi yang khusus menggarap program-program tertentu. Metro TV sebenarnya telah memulai langkah yang cukup spektakuler dengan memproklamirkan diri sebagai televisi berita satu-satunya dan pertama di Indonesia. Namun belakangan ini stasiun ini mulai memperbanyak tayangan hiburan. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut kedalam bentuk penelitian dengan judul "Perbandingan Tayangan Jurnalistik Dan Tayangan Artistik Pada Metro TV". Dimana rumusan masalah yang ingin dicari adalah berapa persen perbandingan antara jumlah program Jurnalistik dan program Artistik pada Metro TV.

Kategorisasi program acara siaran sesuai dengan karakteristik informasi yang akan diproduksi dapat dibagi jadi dua jenis (Wahyudi, 1994: 17-18), yaitu: Informasi Jurnalistik meliputi Berita Aktual, Berita Non Aktual (In Depth News/ Investigation News, dan News Featuring), dan Pembahasan Masalah Hangat (Dialog/wawancara / diskusi panel, talk show, Monolog, dan Siaran Langsung. Serta Informasi Artistik meliputi Seni dan Budaya, Hiburan (Music, Cinema, Sports, dan Infotainment), serta IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi).

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah Metro TV, sedangkan kategori yang diukur/dianalisa adalah program-program acara yang berupa tayangan jurnalistik dan tayangan artistic yang ada di Metro TV. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan teknik analisa data yang dipergunakan adalah analisa deskriptif

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa jumlah program jurnalistik pada Metro TV mendapat jumlah prosentase sebanyak 83% (kemunculan sebanyak 362 kali) dengan rincian; format Actual News sebanyak 66% (287 kali), Pembahasan Permasalahan Hangat sebanyak 10% (46 kali) dan Non Actual News sebanyak 7% (29 kali). Sedangkan untuk jumlah program artistiknya hanya memperoleh jumlah prosentase sebesar 17% (kemunculan sebanyak 76 kali) dari keseluruhan program acara dengan rincian: format acara Seni dan Budaya dengan jumlah prosentase sebanyak 9% (41 kali), Format acara Hiburan sebanyak 4% (19 kali), dan format acara Iptek mendapat jumlah prosentase sebanyak 4% (16 kali). Dari data yang telah dikemukakan di atas, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa hasil penemuan menunjukkan jumlah program jurnalistik pada Metro TV lebih banyak daripada jumlah program artistiknya dengan jumlah prosentase yang terpaut jauh yaitu: program jurnalistik 82% dan program artistic hanya 18%.

Dengan temuan ini tampak jelas bahwa Metro TV sangat banyak memberikan ruang atau porsi kepada tayangan jurnalistiknya. Hal ini sangat relevan dan konsisten dengan komitmen awal dari Metro TV sebagai televise news (berita) di Indonesia. Sedangkan eksistensi program acara news Metro TV tetap maju terus pantang mundur dengan tetap eksis dijalurnya sebagai news television (televise berita). Dengan lebih banyak menyajikan program acara news, maka pada sisi bisnis Metro TV sepertinya tidak kuatir akan kekurangan jatah iklan karena pada dasarnya sebuah media penyiaran televise yang termasuk superior dibandingkan media lainnya tentu akan selalu dicari oleh partner bisnisnya dalam hal ini adalah perusahaan-perusahaan yang membutuhkan mediator untuk mempublikasikan atau mempromosikan produknya dan itu semua sudah merupakan suatu system atau mekanisme bisnis yang mau tidak mau harus berjalan. Sehingga Metro TV masih cukup bisa untuk bertahan dan bersaing dengan stasiun televise swasta lainnya yang rata-rata lebih banyak menonjolkan program-program hiburan sebagai mediator untuk meraup iklan dan rating sebanyak-banyaknya yang nantinya berimbas pada kepentingan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperhatikan kualitas isi dari program-program acara, dan secara tidak langsung program acara tersebut dapat membodohi masyarakat. Dimana system kapitalis telah benar-benar merasuk dalam system ekonomi-politik media penyiaran industri televise Indonesia, yang mana isisi idealisme media tampaknya enggan untuk disentuh apalagi dipakai. Media televise benar-benar telah berorientasi keuntungan semata (profit oriented) yang berkesan egoistis tanpa memperhatikan atau tidak cukup peduli dengan efek dan masa depan yang terjadi pada khalayaknya baik dari sisi ekonomi, politik, social, budaya, psikologis, maupun ideologis.

The homogeneity on the content of media becomes a phenomenon that grievous. Until now the characteristic on the specialization still be something that unusual. It is difficult to understand that the segmentation not to be the priority in our business television. No one television that specify their segmentation on the society of the upper class or lower class. Each private television shows the program television with the same type, models and quality. No one television that shows a special program. Metro TV actually had started spectacularly by proclaim that Metro TV as the only one a News Television in Indonesia. But now, this television began to add the entertainment program. Based on that problem, the researcher interested to research with the title "Comparison between Journalistic and Artistic Program on Metro TV". With statements of problems is how many percents the comparison between the journalistic and artistic program on Metro TV?

The category of the shows program suitable with the characteristic of information, it can be divided in two types (Wahyudi, 1994:17-18) that are; Journalistic Information consist of actual news, non-actual news(in depth news/investigation news, news featuring) and discussion problems (dialog/interview/panel discussion, talk show, monolog, live show). Artistic information consist of art and culture, entertainment (music, cinema, sports, infotainment) and IPTEK (science and technology).

The type of the research is descriptive qualitative method with the research object is Metro TV, and the category that analyze are the programs of journalistic and artistic that consist on Metro TV. Method of collecting the data that use in observation and technique of analyzing the data is the content analysis.

The result of the research found that the amount of the journalistic program on Metro TV get

83% (with appearance 362 times) with the specification; actual news, 66% (287 times). Discussion problem, 10% (46 times) and non actual news, 7 % (29 times). And for the amount of artistic program only get 17% (with the appearance 76 times) with the specification; art and culture, 9% (41 times), entertainment, 4 % (19 times) and science and technology 4% (16 times). From the data that had been described above, it can be conclude that the result of the research shows that the journalistic program on metro TV is greatest tan artistic program. With this finding it is clear that Metro TV give wider place for the journalistic program. It is relevant with the first commitment that Metro TV as the “News television” in Indonesia. And Metro TV news program still exist in their way as the news television. So in the business side, Metro TV doesn't6 afraid of lack of the commercial because the media television that superior than the other will be find by their business partner, and in this case is the companions that need a mediator to publicize their product and all of that is the system or mechanism business. Metro TV can survive and compete with the other private television that commonly more appearing the entertainment program as the mediator to get the commercial and rating to get the profit without give attention to the quality of their program and automatically that program will affected the people. Here, the capitalism is really come into the television industry in Indonesia, where the idealism is not use. The media television is only want to get the profit (profit oriented) that looks egoist without thinking about the effect that come to the people from the side of economic, politic, social, culture, psychology or ideology.