

Upaya *IDX Channel* Melalui Program “*IDX Market Opening*” Guna
Menginformasikan Fluktuasi Perdagangan Pasar Modal

Saviera Amalia¹, Veronika Setyadji²

^{1,2}Program Sarjana Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia Maju

Jln. Harapan Nomor 50, Lenteng Agung – Jakarta Selatan 12610

Telp: (021) 78894045, Email: savieraamalia26@gmail.com, veronika.stikom.14@gmail.com

Abstrak

Banyaknya jumlah perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, membuktikan bahwa pasar modal di Indonesia berkembang pesat. Hal tersebut mendorong para pengusaha untuk mendapatkan informasi yang cepat, akurat dan mendalam seputar pasar modal melalui media massa, yaitu *IDX Channel*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya *IDX Channel* melalui program “*IDX Market Opening*” dalam menginformasikan fluktuasi perdagangan pasar modal serta mengetahui proses produksi program “*IDX Market Opening*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus, sedangkan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi dengan tiga informan yang mempunyai peran besar dalam penelitian ini, serta data dari dokumentasi. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa program “*IDX Market Opening*” melakukan upaya melalui beberapa *treatment* program untuk mempermudah pemirsa dalam menerima informasi, diantaranya *talkshow* dengan analis pasar modal, merekomendasikan saham, menampilkan grafis-grafis pendukung untuk menggambarkan fluktuasi perdagangan pasar modal, dan menampilkan paket-paket berita. Program “*IDX Market Opening*” dapat dikatakan sudah memenuhi kaidah *Standard Operational Program* (SOP) Alan Wurtzel (pra produksi, *set up* dan *rehearsal*, dan produksi) kecuali pada tahap pasca produksi, sebab program *IDX Market Opening* tidak ditayangkan secara *tapping* yang pada tahapannya melalui proses rekam dan *editing*, melainkan secara langsung (*live*).

Kata Kunci: *IDX Channel*, “*IDX Market Opening*”, Informasi

Abstract

Based on the large number of companies listed on the Indonesia Stock Exchange, proves that the capital market in Indonesia is growing rapidly. This encourages entrepreneurs to get fast, accurate and in-depth information about the capital market through mass media, namely IDX Channel. The purpose of this study was to determine the efforts of IDX Channel through the "IDX Market Opening" program in informing capital market trading fluctuations as well as knowing the production process of the "IDX Market Opening" program. This study uses a descriptive qualitative approach using case study methods, while data collection techniques through interviews and observations with three informants who have a major role in this study, as well as data from the documentation. The results of this study explain that the "IDX Market Opening" program makes efforts through several treatment programs to facilitate viewers in receiving information, including talk shows with capital market analysts, recommending stocks, display supporting graphics to illustrate capital market trading fluctuations, and display packages news package. The "IDX Market Opening" program can be said to have complied with Alan Wurtzel's Standard Operational Program (SOP) (pre-production, set-up and rehearsal, and production) except in the post-production stage, because the IDX Market Opening program is not tapping the stages through recording and editing process, but directly (live).

Keyword: *IDX Channel*, “*IDX Market Opening*”, Information

Pendahuluan

Perkembangan pasar modal di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat terutama setelah pemerintahan melakukan berbagai regulasi di bidang keuangan dan perbankan termasuk pasar modal. Para pelaku di pasar modal telah menyadari bahwa perdagangan efek dapat memberikan *return* yang cukup baik bagi mereka, dan sekaligus memberikan kontribusi yang besar bagi perkembangan perekonomian Indonesia.

Setiap orang dapat berinvestasi dan melakukan transaksi di pasar modal karena dapat bertindak sebagai penghubung dengan para investor ataupun pengusaha dalam bentuk obligasi, investasi, saham, dan sebagainya.

Informasi dapat diartikan sebagai sekumpulan fakta-fakta yang telah diolah menjadi data, sehingga menjadi lebih berguna dan menjadi informasi saat dibaca atau diketahui oleh orang yang membutuhkan akan informasi tersebut dan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan¹, begitu pula dengan informasi seputar pasar modal, sebab informasi tersebut dapat memberikan ekspektasi atau perkiraan bagi para investor dalam mengambil keputusan, misalnya menambah atau mengurangi saham, mengetahui informasi penguatan dan pelemahan harga saham suatu perusahaan, mengetahui pertumbuhan perekonomian di Indonesia, serta mengetahui daftar perusahaan yang sudah tercatat resmi (*listed*) di Bursa Efek Indonesia.

Bursa Efek Indonesia (BEI) telah mencatat 554 perusahaan pada bulan Juli 2018², sehingga kebutuhan akan informasi seputar pasar modal sangat diperlukan oleh para pengusaha melalui sebuah wadah penyebar luas informasi yang disebut juga media massa.

Media massa merupakan sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula³, sedangkan Nurudin menyatakan bahwa media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen⁴. Definisi komunikasi yang paling sederhana adalah yang dikemukakan oleh Bittner dalam Romli yang menyatakan bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang⁵. Berdasarkan definisi tersebut dapat diketahui bahwa media

massa mempunyai peranan penting sebagai penyebar informasi dengan komunikasi massa.

Penyebarluasan informasi-informasi melalui media massa tersebut dapat dilakukan ke dalam beberapa jenis, diantaranya media massa cetak (*printed media*) dengan menggunakan lembaran kertas, misalnya koran, majalah, tabloid, dll. Selanjutnya media massa elektronik (*electronic media*) yang dapat diakses melalui televisi ataupun radio, selain itu terdapat pula media siber (*cyber media*) yang dapat diakses melalui internet.

Saat ini, media yang lebih sering digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah media elektronik (radio dan televisi). Radio merupakan media massa yang penyebarluasannya dapat diakses melalui audio, sedangkan televisi dapat diakses melalui audio dan visual.

Seiring perkembangan zaman, media televisi mengalahkan media radio, karena media televisi dapat menyampaikan isi pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan, sehingga informasi atau pesan yang disampaikan akan mudah dimengerti oleh khalayak karena jelas terdengar secara audio dan akan mudah terlihat secara visual.

Salah satu kelebihan televisi adalah kemampuannya dalam mempengaruhi *audience* dengan audio dan visual secara serentak dalam waktu bersamaan di tempat berbeda, dibandingkan radio⁶.

Perkembangan televisi semakin hari semakin pesat, baik jenis televisi satelit (gratis) yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini, maupun televisi berlangganan. Televisi berlangganan adalah jasa penyiaran saluran televisi yang dilakukan khusus untuk pemirsa yang bersedia membayar (berlangganan) secara berkala. Jenis televisi berlangganan dapat menjadi alternatif pilihan jika kebutuhan hiburan dan informasi yang didapat dari televisi gratis tidak terpenuhi.

Stasiun televisi pada umumnya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan beragam. Jenis-jenis program siaran televisi yang secara umum dapat dibagi ke dalam dua bagian, yaitu program hiburan disebut program *entertainment* dan program informasi disebut juga program berita (*news*)⁷. Tentunya setiap program televisi memiliki tujuan masing-masing, diantaranya adalah memberikan hiburan, informasi, dan pendidikan kepada penonton, dan setiap program televisi memiliki target audiens masing-masing yang hendak

dicapai. Salah satu media massa (televisi) yang memiliki target audiens kalangan pengusaha adalah *IDX Channel*.

IDX Channel, merupakan saluran hasil kerjasama MNC *Channels* dengan Bursa Efek Indonesia yang menyajikan berita seputar pasar modal, bisnis dan keuangan selama 24 jam. *IDX Channel* dianggap istimewa, karena merupakan satu-satunya televisi resmi Bursa Efek Indonesia dan menjadi tangan pertama serta teraktual dalam mendapatkan segala bentuk informasi terkait kegiatan dan peristiwa yang terjadi di Bursa Efek Indonesia⁸.

IDX Channel menyiarkan berita seputar perekonomian dalam dan luar negeri, terutama perkembangan pasar modal di Indonesia. Hal tersebut dapat dijadikan acuan *IDX Channel* dalam menginformasikan fluktuasi perdagangan pasar modal di Indonesia kepada audiens khususnya bagi pelaku pasar modal yang perusahaannya tercatat di BEI. Tercatat sampai dengan Juli 2017, terdapat lima ratus lima puluh empat (554) perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Seluruh perusahaan tersebut membutuhkan informasi seputar fluktuasi perdagangan pasar modal yang nantinya dapat berguna bagi pelaku pasar modal ataupun kalangan masyarakat lainnya. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana upaya *IDX Channel* melalui program "*IDX Market Opening*" dalam menginformasikan fluktuasi perdagangan, serta mengetahui proses produksi dalam program "*IDX Market Opening*".

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif karena mendeskripsikan secara sistematis tentang program "*IDX Market Opening*" dan juga proses produksi pada program tersebut yang berdasarkan fakta di lapangan, diantaranya melalui wawancara para informan dan proses observasi.

Pada penelitian deskriptif kualitatif segala sesuatunya tidak dapat di ukur dengan angka dan teori yang digunakan dalam penelitian tidak dipaksakan untuk memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang telah diteliti. Penelitian jenis ini juga tidak menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data, instrumen pengumpulan data adalah peneliti itu sendiri. Penelitian deskriptif mencoba mencari deskripsi yang tepat yang cukup dari semua aktivitas, objek, proses, dan manusia. Penelitian deskriptif berkaitan

dengan pengumpulan fakta dan data secara valid untuk memberikan gambaran mengenai objek yang diteliti⁹.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode studi kasus, karena ingin membahas secara khusus hal-hal yang berkaitan pada produksi program "*IDX Market Opening*" di *IDX Channel*, serta ingin mengetahui proses atau tahapan yang dilakukan oleh tim produksi program "*IDX Market Opening*" dalam menginformasikan fluktuasi perdagangan pasar modal yang tentunya berkaitan dengan metode di atas.

Data-data yang dikumpulkan peneliti adalah bersumber dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian yang dikaji. Adapun yang menjadi sumber informasi (*key informan*) atau narasumber untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian diantaranya adalah *producer*, *associate producer*, dan *production assistant*. Ketiga informan tersebut merupakan orang-orang yang memiliki peranan penting dalam memproduksi program "*IDX Market Opening*" mulai dari pra produksi hingga program tersebut disiarkan secara langsung (*live*). Sehingga ketiga informan tersebut dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang dapat peneliti jadikan sebagai data tambahan penelitian melalui proses wawancara.

Hasil dan Pembahasan

PT Media Nusantara Citra Tbk., atau lebih dikenal dengan nama MNC, merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang media yang berpusat di Jakarta, Indonesia, didirikan pada tanggal 17 Juni tahun 1997. MNC bergerak dibidang perdagangan umum, pembangunan, perindustrian, pertanian, pengangkutan, percetakan, multimedia melalui perangkat satelit dan perangkat telekomunikasi lainnya, jasa dan investasi. Bisnis utama perseroan saat ini adalah media. MNC Media merupakan perusahaan media terbesar se-Asia Tenggara yang berada dalam naungan MNC *Group*¹⁰.

MNC *Group* merupakan perusahaan publik yang sahamnya telah tercatat dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) sejak tanggal 22 Juni 2007, dengan kode saham 'MNCN'. Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan, yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, MNC bergerak dibidang perdagangan umum,

pembangunan, perindustrian, pertanian, pengangkutan, percetakan, multimedia, melalui perangkat satelit dan perangkat telekomunikasi lainnya, jasa dan investasi.

Bisnis utama perseroan saat ini adalah media. MNC Media telah melahirkan berbagai jenis stasiun televisi dan radio, dimana kegiatan usaha tersebut dapat mendukung penuh fokus inti bisnis dari MNC, empat (4) stasiun televisi yang telah mewarnai industri pertelevisian nasional diantaranya RCTI, GTV, MNCTV, dan iNews. Keempat stasiun televisi nasional tersebut menawarkan acara beragam seperti film-film *box office*, sinetron, acara olahraga, pencarian bakat, *reality show*, acara musik, *news*, dan *infotainment*.

Menyajikan *One Stop Entertainment*, MNC Channels berkomitmen untuk menjadi pilihan utama keluarga dalam memperoleh tayangan televisi yang seru dan bermanfaat. Berikut *channel-channel* yang menjadi bagian dalam MNC Channels, diantaranya: MNC News, MNC Entertainment, Music Channel, MNC Lifestyle, MNC Muslim, MNC Sports, Comedy Channel, Drama Channel, Movie Channel, MNC Infotainment, MNC Fashion Food & Travel, Kids Channel, Home & Living, Health & Beauty, Auto & Gadget, dan MNC Business yang sekarang dikenal dengan nama *IDX Channel*.

IDX Channel

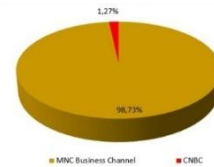
IDX Channel (Indonesia Stock Exchange Channel) merupakan saluran hasil kerjasama MNC Channels dengan Bursa Efek Indonesia dan merupakan TV resmi PT Bursa Efek Indonesia, seperti *tagline*-nya yaitu "*The Official Indonesia Stock Exchange Channel*". Berdirinya *IDX Channel* dilatarbelakangi oleh kebutuhan berita dan informasi yang lebih mendalam mengenai pasar modal. PT Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *Indonesia Stock Exchange (IDX)* saat ini memiliki sebanyak 554 perusahaan yang *go public* atau disebut emiten (*listed company*). Berdasarkan jumlah perusahaan yang ada di industri pasar modal tersebut, tentu menjadi lahan atau pasar yang menarik bagi kehadiran dan perkembangan media pertelevisian, tidak mengherankan jika ada anggapan bahwa *IDX Channel* merupakan media televisi yang *segmented* tetapi *profitable*.

Stasiun televisi ini pertama kali melakukan siaran pada tanggal 29 September 2010 dengan nama MNC Business kemudian sempat berubah nama menjadi *iBCM Channel (Indonesia Business and*

Capital Market Channel) pada 10 Agustus 2015 dan pada 12 September 2015 kembali berubah menjadi *IDX Channel*. Perubahan-perubahan atau *re-branding* tersebut dilatarbelakangi oleh alasan agar nama *IDX Channel* dapat mencerminkan Bursa Efek Indonesia, dibandingkan nama-nama terdahulu. Melalui *IDX Channel*, pelanggan dari kalangan bisnis, dapat memperoleh informasi terkini mengenai aktivitas-aktivitas seputar Bursa Efek Indonesia dan juga beragam informasi bisnis lainnya.

IDX Channel memiliki visi misi yaitu turut membantu dan bekerja sama dengan Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam mensosialisasikan investasi di pasar modal, serta memberikan pemberitaan seputar ekonomi dan bisnis dalam dan luar negeri. Sedangkan misi *IDX Channel* yaitu menjadi *channel* bisnis terbesar di Indonesia dan menjadi referensi perkembangan *capital market* di Indonesia untuk investor domestik dan luar negeri.

Market Share *IDX Channel* Januari - Juni 2015



Sumber: Arsip *IDX Channel*

Sebagai *channel* televisi *segmented* yang lebih fokus terhadap pemberitaan bisnis, data *market share* yang terdapat di *IDX Channel* pada bulan Januari hingga Juni 2015 membuktikan *IDX Channel* mendapat persentase pangsa pasar terbesar di Jakarta sebanyak 98,73%, dibandingkan *channel* CNBC (*Consumer News Business Channel*) sejumlah 1,27%, yang merupakan saluran konsumen berita dan bisnis Amerika Serikat yang dapat diakses pula oleh pebisnis Indonesia melalui televisi berbayar. Hal tersebut membuktikan bahwa kehadiran *IDX Channel* sebagai wadah informasi antara media massa terhadap audiensnya mendapatkan antusias lebih dibandingkan *channel* pesaing¹¹.

Upaya yang dilakukan oleh *IDX Channel* dalam menyuguhkan tayangan yang berkualitas adalah dengan mensosialisasikan investasi di pasar modal melalui program yang menyajikan pemberitaan seputar ekonomi dan bisnis dalam dan luar negeri.

Program-program yang disajikan *IDX Channel* selalu menayangkan berita terbaru seputar ekonomi dan bisnis, hal tersebut

diwujudkan dengan penayangan program *live* mulai dari pukul 08.30 sampai dengan 17.30 sore, di mana perdagangan pasar saham di Bursa Efek Indonesia terjadi yaitu dari jam 09.00 sampai pukul 16.00 sore. Sepanjang waktu perdagangan pasar modal tersebut, *IDX Channel* mengangkat topik atau isu yang berbeda disetiap program siarannya, namun tetap mengikuti arus pemberitaan yang sedang hangat berkaitan dengan ekonomi dan bisnis saat itu, terutama perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia.

Program Siaran *IDX Channel*

Keseluruhan program yang diproduksi oleh saluran televisi *IDX Channel* berjumlah 15 program. Sepuluh (10) program diantaranya tayang secara langsung (*live*) setiap Senin sampai Jum'at, lima (5) program lainnya tayang di waktu akhir pekan atau *weekend* dan di waktu-waktu tertentu. Program-program *IDX Channel* tersebut, diantaranya: *IDX Market Opening*, *IDX Market Now*, *Top Stock 1*, *IDX 1st Session Closing*, *Market Headline*, *Brief to Second Session*, *Top Stock 2*, *IDX 2nd Closing Session*, *Movers and Shakers*, *News Screen*, *Sky is The Limit*, *Go Ahead*, *Special Report*, *Golden Access on Location*, *The Outlook*.

Program *IDX Market Opening*

IDX Channel melalui program "*IDX Market Opening*", memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis dalam mengakses informasi pada saat pembukaan perdagangan (*opening bell*) dimulai pukul 09.00 di Bursa Efek Indonesia. Aktivitas perdagangan saham dimulai pada jam tersebut, sehingga menjadi perhatian bagi investor yang membutuhkan informasi saham apa yang sedang mengalami penguatan ataupun melemah.

Program "*IDX Market Opening*" menjadi acuan bagi investor dalam mengambil langkah investasi. Program ini merupakan program yang tayang paling awal atau perdana di *IDX Channel*, dengan topik seputar pembukaan perdagangan pasar saham (*opening bell*), mengusung tema *talkshow* dengan analisis pasar modal, memberikan *review* pasar, memprediksi dan merekomendasi saham selama jam perdagangan berjalan.

Program dengan durasi satu (1) jam ini, mengemas informasi ke dalam lima (5) segmen pada setiap episodenya. Segmen satu dan dua, berisi informasi tentang pergerakan grafis sektoral, bursa Asia, dan bursa Amerika, serta diisi pula dengan penyampaian informasi oleh

anchor melalui *voice over* dan paket-paket berita seputar berita terkini. Segmen tiga berisi *talkshow* oleh analis pasar modal membahas seputar saham yang menguat (*top losers*) dan melemah (*top gainers*). Segmen empat dikhususkan untuk *news flash*, yakni berita yang lebih fokus kepada informasi penting seputar *corporate*, yang dibawakan oleh *anchor* yang berbeda, dengan *background* gambar yang berbeda pula. Segmen lima berisi tentang kesimpulan dari analisa selama jam perdagangan berlangsung, dan menginformasikan rekomendasi saham-saham apa saja yang baik untuk melakukan investasi kepada para pemirsa. Berdasarkan pembagian informasi ke berbagai segmen tersebut, program "*IDX Market Opening*" berupaya menyuguhkan berita supaya informasi yang disampaikan mudah diterima oleh audiens.

Setiap harinya, program "*IDX Market Opening*" selalu menghadirkan narasumber kompeten seperti analis atau pengamat pasar modal yang akan merekomendasikan kepada pemirsa, saham-saham apa saja yang sedang mengalami kenaikan ataupun penurunan dan saham-saham mana saja yang dirasa baik atau tidaknya untuk melakukan investasi. Program "*IDX Market Opening*" juga dapat melibatkan pemirsa untuk bertanya langsung kepada narasumber, contohnya yang hadir pada program mengenai saham di pasar modal melalui *line* telepon maupun SMS saat *live* berlangsung.

Program "*IDX Market Opening*" membuka kesempatan bagi pemirsanya untuk terlibat langsung dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber melalui *line* telepon dan SMS, hal tersebut dapat membuktikan bahwa program "*IDX Market Opening*" mendapat apresiasi dari pemirsa dengan adanya *feedback* melalui *line* telepon dan SMS tersebut.

Standard Operational Program (SOP) Program "*IDX Market Opening*"

Standard Operational Procedure (SOP) berfungsi sebagai acuan dalam tahapan proses produksi. Mengingat produksi program televisi merupakan pekerjaan yang melibatkan banyak orang dengan keterampilan atau keahlian yang berbeda satu sama lainnya. SOP adalah standar kerja yang berlaku untuk semua pelaksanaan produksi program siaran untuk program hiburan maupun informasi, tetapi terkadang untuk program informasi tidak selalu membutuhkan SOP, khusus pada jenis program *hard news* yang materinya *update*, *actual*,

factual, karena membutuhkan kecepatan penyajian, seperti pada program “*IDX Market Opening*” di *IDX Channel* dalam menyajikan berita terkini seputar perdagangan saham di pasar modal.

Alan Wurtzel menyebut SOP dengan istilah “*Four Stage of Television Production*,” yaitu: (1) *preproduction planning*; (2) *set up and rehearsal*; (3) *production*; (4) *post production*. Tahapan produksi yang ditulis Wurtzel adalah dasar pedoman kerja produksi siaran televisi. Dengan perkembangan kemampuan SDM para pekerja di dunia televisi, SOP Alan Wurtzel tidak selalu diikuti secara detail tahapan perinciannya, khususnya untuk produksi program reguler nondrama yang dikerjakan berulang kali dengan konsep dan kru yang sama terutama untuk program siaran langsung atau *live* pada program “*IDX Market Opening*”.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan produser program “*IDX Market Opening*”, pada pelaksanaannya program “*IDX Market Opening*” tidak melaksanakan *Standard Operational Procedure* (SOP) sesuai dengan pendapat Alan Wurtzel yaitu pada tahap pasca produksi karena program ditayangkan secara langsung (*live*), sehingga semua dilakukan serba terbatas dan arus informasinya berlangsung cepat.

Program “*IDX Market Opening*” merupakan program *hard news* yang selalu menyajikan konten berita terkini dan faktual. Kecepatan dan ketepatan dalam memberikan informasi menjadi hal penting yang sangat diperhatikan, untuk itu program “*IDX Market Opening*” dapat dikatakan merupakan program *hard news* yang tidak terlalu memementingkan tahapan dalam SOP (*Standard Operational Procedure*) karena tuntutan penyajian informasi yang tepat dan cepat bagi pemirsa, hal tersebut dipengaruhi oleh arus informasi yang tidak ada hentinya sepanjang jam perdagangan pasar saham.

Pra Produksi

Tahapan pra produksi program “*IDX Market Opening*” dilakukan pada hari yang sama beberapa saat sebelum proses *on air* dilakukan, hal tersebut disebabkan karena program “*IDX Market Opening*” mengejar kecepatan, ketepatan data dan informasi yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia. Secara keseluruhan, program “*IDX Market Opening*” menjadi tanggung jawab produser, namun pada pelaksanaannya produser dibantu oleh *associate producer* dan *production assistant* dalam

mengemas program hingga tayang. Produser bertugas untuk membuat konten program dan mengatur *rundown*, *associate producer* membantu produser menulis berita khusus pada segmen “*news flash*” yang terdapat di segmen 4 program “*IDX Market Opening*”, dan *production assistant* membantu menjembatani antara produser dengan grafis dan *editor*. Secara spesifik, terdapat dua (2) komponen utama pada proses pra-produksi, diantaranya adalah penentuan tema dan sumber informasi.

Penentuan tema ditentukan oleh produser yang berkoordinasi dengan *associate producer* sebelum program tayang di pagi hari. Produser berkoordinasi melalui media sosial (*WhatsApp*) dengan *associate producer*, memberitahukan hal-hal apa saja yang akan menjadi topik atau tema pemberitaan di hari tersebut.

Proses koordinasi tersebut diakui oleh produser program “*IDX Market Opening*”, sebab pada pelaksanaannya *IDX Channel* memiliki dua (2) tempat redaksi, yaitu di Kebun Sirih dan Gedung Bursa Efek Indonesia. Sehingga dalam proses koordinasi antara satu tempat dan tempat lainnya melalui media sosial (*WhatsApp*) untuk kelancaran dan menghindari kesalahpahaman antara tim sebelum ataupun pada saat program “*IDX Market Opening*” berlangsung (*On Air*).

Penentuan tema biasanya disesuaikan dengan berita pengumuman yang terdapat di laman *website* Bursa Efek Indonesia. Misalnya membahas tentang saham-saham bank, saham-saham properti, saham-saham aneka industri, dan sebagainya. Tema yang diangkat sebenarnya tidak terlalu spesifik tentang suatu hal, mengingat program “*IDX Market Opening*” menginformasikan berita berdasarkan arus yang terjadi di perdagangan pasar modal. Tema yang telah ditentukan hanya sebagai acuan dalam pemberitaan, hal yang mendominasi program adalah tentang analisa 4 saham terkuat yang direkomendasikan oleh *IDX Channel* kepada investor untuk berinvestasi, yang dikenal dengan sebutan “*IDX Channel Analyst Consensus*” atau *IDX Channel Analisis Konsensus* yang sebelumnya sudah dilakukan proses riset oleh produser program *IDX Market Opening*.

IDX Channel Analyst Consensus menjadi karakteristik khas program “*IDX Market Opening*”, hal tersebut rutin diinformasikan kepada pada saat segmen awal

program. *IDX Channel Analyst Consensus* merupakan empat (4) saham rekomendasi dari tim riset *IDX Channel* yang nantinya akan

menjadi topik pembicaraan dengan narasumber program “*IDX Market Opening*”.

Setelah penentuan tema maka akan diketahui informasi apa saja yang akan diangkat dalam program *IDX Market Opening*. Sumber informasi pada program “*IDX Market Opening*” berasal dari berbagai sumber, namun produser lebih mengutamakan informasi yang berasal dari berita pengumuman pada *website* Bursa Efek Indonesia dan informasi dari wartawan *IDX Channel* yang bertug as meliput ke perusahaan-perusahaan tertentu sebelumnya. Selain itu, sumber informasi juga didapat dari hasil liputan dari reporter “*IDX Channel*” yang turun langsung ke sumber informasi, misalnya datang ke perusahaan-peusahaan tertentu. Apabila terdapat hal yang menarik dari sumber-sumber informasi serta memiliki dampak yang besar bagi audiens, maka produser akan mempertimbangkan berita apa yang akan dijadikan sebagai *headline* program “*IDX Market Opening*” dan tidak menutup kemungkinan untuk mengundang narasumber untuk menganalisa lebih jauh mengenai informasi tersebut.

Pemilihan narasumber juga dapat dimanfaatkan sebagai penganalisa saham. Narasumber yang akan diundang ke studio program “*IDX Market Opening*” sudah ditentukan sebelumnya oleh tim *IDX Channel*, berdasarkan pembahasan topik yang sesuai dengan latar belakang profesi narasumber, diantaranya CEO, *Vice President*, dan para analis yang sudah mempunyai pengalaman di perdagangan saham. Jika mendengar narasumber langsung menuturkan kesaksiannya tentang suatu kejadian, khalayak mendapatkan kepuasan sendiri¹². Sehingga untuk memudahkan penonton dalam menerima informasi, program “*IDX Market Opening*” selalu mengundang narasumber yang kompeten pada setiap episodenya.

Salah satu narasumber program “*IDX Market Opening*” yang sempat peneliti temui, Nico Omer, *Vice President Research and Analyst of* Valbury Sekuritas Indonesia, menyatakan pendapatnya mengenai keberadaan program “*IDX Market Opening*”. Nico Omer mengatakan bahwa keberadaan program “*IDX Market Opening*” sangatlah penting. Ia juga mengatakan bahwa program “*IDX Market Opening*” merupakan program

yang benar-benar membahas saham. Ia mengakui pembahasan seputar saham baik itu seluk beluk bursa, pergerakan saham serta makro ekonomi pada program “*IDX Market Opening*” lebih mendalam dibanding *channel* lainnya.

Program “*IDX Market Opening*” menjadi sumber informasi seputar ekonomi dan yang terpercaya bagi pelaku bisnis dan dapat dijadikan acuan dalam menentukan langkah dalam berinvestasi. Narasumber yang merupakan salah satu sumber informasi bagi program “*IDX Market Opening*” juga dapat merasakan dampak dari pemberitaan seputar pasar modal terhadap analisa yang akan diberikan.

Sumber informasi yang didapat oleh tim program “*IDX Market Opening*” akan diolah sebagai konten program. Penulisan konten program secara dominan dilakukan oleh produser program “*IDX Market Opening*”, namun pada pelaksanaannya, terdapat 3 peranan penting dalam proses pra produksi program “*IDX Market Opening*”, selain produser, terdapat *associate producer* dan *production assistant* yang turut membantu jalannya program dari proses pra produksi sesuai dengan tugas masing-masing.

Associate producer dalam pelaksanaan tugasnya membantu produser membuat konten *news flash* yang terdapat pada segmen empat (4) program “*IDX Market Opening*”, lokasi penugasan *associate producer* berada di tempat yang berbeda dengan produser, agar lebih memudahkan untuk mengawasi kegiatan pra produksi yang dilakukan oleh *production assistant*, grafis, dan *editor*.

Pada tahap pra produksi sebelum tayang, biasanya produser melimpahkan bahan yang sudah diketik dan diolah dalam bentuk paket berita, *voice over*, ataupun grafis kepada *production assistant* untuk disusun ke dalam *rundown* program yang sudah diatur oleh produser juga sebelumnya.

Production assistant bisa dikatakan sebagai orang yang menjembatani komunikasi antara produser dengan grafis dan *editor*, sesuai dengan keinginan produser dalam mengemas program. Proses pengeditan paket berita dilakukan pada saat sebelum program “*IDX Market Opening*” tayang, sebelumnya *production assistant* mengisi suara paket dengan *dubbing* lalu mencari gambar yang akan ditayangkan sesuai dengan isi paket berita dan bahan-bahan yang sudah dikerjakan

tersebut dilimpahkan ke *editor* untuk diproses menjadi paket berita.

Proses *dubbing* dapat dilakukan dengan merekam suara *dubber* terlebih dahulu sebelum menyunting gambar. Tahapannya adalah setelah naskah selesai disusun oleh *dubber* lalu diserahkan kepada *editor-in-chief* untuk dikoreksi¹³.

Production assistant bertanggung jawab atas proses pembuatan paket berita, namun untuk penulisan naskah tetap dibuat oleh produser. *Production assistant* bertugas melakukan proses pengisian suara untuk paket berita (*dubbing*) dan mencari video atau gambar pendukung sesuai dengan isi dari paket berita yang dibawakan. Hal tersebut dilakukan agar memudahkan proses penyampaian informasi kepada pemirsa melalui keselarasan dari audio visual yang selanjutnya diproses oleh *editor* sampai akhirnya layak untuk ditayangkan di program “*IDX Market Opening*”.

Set Up dan Rehearsal

Set up pada produksi program “*IDX Market Opening*” menggunakan dua (2) lokasi, yakni studio 1 *IDX Channel* dan *mainhall* Bursa Efek Indonesia. Pelaksanaan kegiatan *shooting* di *mainhall* Bursa Efek Indonesia dilakukan jika terdapat tamu undangan penting seperti presiden, pejabat, dan tamu penting lainnya yang terlibat dalam momentum penekanan *opening bell*, yakni tanda pembukaan perdagangan pasar saham dibuka. Jika tidak ada momentum tersebut, *shooting* dilakukan di studio 1 *IDX Channel*, namun kebijakan pelaksanaan *shooting* tidak selalu berdasarkan momentum adanya tamu undangan penting Bursa Efek Indonesia, karena semua keputusan lokasi pengambilan gambar berada di tangan produser.

Kegiatan *rehearsal* tidak dilakukan dalam program “*IDX Market Opening*”, semua dilakukan karena alasan keterbatasan lokasi dan waktu serta permintaan yang cepat akan informasi seputar pasar modal. Hal tersebut terjadi begitu saja hingga akhirnya proses produksi program berjalan hingga sekarang.

Pada proses *rehearsal* kru yang bertugas hanya akan melakukan *briefing* singkat untuk memberikan penjelasan dan pengarahan secara lisan kepada kru dan pengisi acara. Setelah dilakukan *briefing* akan dilanjutkan dengan eksekusi program sesuai dengan *rundown* yang telah dibuat dan diolah sedemikian rupa oleh produser program “*IDX Market Opening*”.

Pelaksanaan *rehearsal* terkadang tidak dilakukan, termasuk pada program *special live*, hal tersebut dikarenakan informasi yang terikat waktu (*time concern*) seperti pada program “*IDX Market Opening*” dapat diproduksi tanpa *set up* atau *rehearsal*. Hanya dengan mengetahui materi, urutan-urutannya, *blocking* pengisi acara dan kamera, kebutuhan audio, serta mengetahui tugas masing-masing kru. Melalui keterpaduan, harmonisasi dan kerja sama pengisi acara dan kru akan menjamin kesempurnaan suksesnya pelaksanaan produksi siaran.

Produksi

Proses produksi merupakan proses yang menjadi cerminan dari apa yang dikerjakan pada tahapan pra-produksi, dapat dikatakan proses produksi merupakan wujud nyata atau hasil dari perencanaan program berupa naskah menjadi siaran yang informatif bagi pemirsa. Ditinjau dalam teknis pelaksanaan, produksi siaran langsung program “*IDX Market Opening*” dipersiapkan lebih detail mulai dari *briefing anchor*, grafis pendukung, paket berita, dan narasumber. Hal ini disebabkan karena dalam program *live* jika terjadi kesalahan tidak akan bisa disempurnakan lagi, sehingga sebelum siaran langsung dilakukan *check and recheck* kembali seluruh komponen program untuk produksi dan kesiapan dan kru yang bertugas.

Istilah dalam siaran langsung harus “*nol salah*” artinya, disiapkan segala sesuatunya agar tidak ada kesalahan saat pelaksanaan siaran langsung. Tetapi dalam siaran *live* kesempurnaan adalah target yang harus dicapai. Jika terjadi kesalahan, dibutuhkan kemampuan merekayasa agar kesalahan itu tidak diketahui penonton.

Pada saat beberapa menit sebelum dimulai, jika kesiapan komponen program belum siap, maka produser telah mengkoordinasikan kepada *production assistant* untuk menyiapkan paket berita terdahulu agar memberikan sedikit waktu untuk kesiapan komponen program “*IDX Market Opening*”. Hal tersebut dipersiapkan agar pemirsa mendapatkan tayangan terbaik dan tidak mengetahui seperti apa kesibukan di belakang layar program yang selalu tayang secara *live*.

Setiap pelaksanaan produksi siaran televisi *live* harus mempunyai *plan B* atau strategi dalam menyiasati durasi yang berjalan dan proses tayang yang tidak bisa diulang. Perkembangan arus informasi yang cepat

menuntut tim yang bekerja dalam program “*IDX Market Opening*” untuk memberikan informasi tercepat dan faktual bagi pemirsa. Kesiapan penyajian informasi yang selalu berdekatan dengan waktu tayang, menuntut program untuk mempersiapkan strategi untuk menghindari kesalahan saat program “*IDX Market Opening*” berlangsung.

Pasca Produksi

Pada umumnya stasiun televisi yang menayangkan siaran langsung, program akan direkam keseluruhannya sebagai *stock* materi program yang sewaktu-waktu dapat ditayangkan kembali. Begitu pula yang diterapkan pada program “*IDX Market Opening*”. Produksi program yang selalu ditayangkan *live* akan direkam dan menjadi data *IDX Channel* dan tidak menutup kemungkinan dapat menjadi data pendukung jika suatu saat dibutuhkan kembali.

Program “*IDX Market Opening*” tidak melalui tahapan pasca produksi yang dilakukan program pada umumnya, yaitu proses *editing* dan *mixing*, hal tersebut dikarenakan siaran program yang ditayangkan secara *live*.

Penayangan program yang selalu disajikan secara *live*, menjadikan program “*IDX Market Opening*” tidak melalui tahap pasca produksi, melainkan proses *editing* yang terjadi pada tahapan pra produksi yang langsung ditayangkan pada saat program siaran *on air*. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh tuntutan program yang menyiarkan pembukaan perdagangan pasar modal dengan ditandai dengan momentum *opening bell* oleh para pelaku bisnis, momentum tersebut dapat dikatakan sebagai peristiwa, sehingga program “*IDX Market Opening*” ditayangkan secara *live* tanpa adanya proses pasca produksi.

Upaya Program “*IDX Market Opening*” dalam Menginformasikan Fluktuasi Perdagangan Pasar Modal

Program “*IDX Market Opening*” merupakan program yang menjadi acuan bagi investor dalam mengambil langkah investasi, karena program “*IDX Market Opening*” selalu membahas seputar pembukaan perdagangan pasar saham (*opening bell*) dengan mengusung tema *talkshow* dengan analisis pasar modal. Kebutuhan informasi yang cepat dan tepat, menuntut program “*IDX Market Opening*” untuk menyajikan pemberitaan seputar pembukaan perdagangan pasar modal yang bersifat faktual, hal tersebut dapat diupayakan melalui beberapa cara, diantaranya menyajikan

berita terbaru melalui sumber informasi terpercaya, yakni melalui berita pengumuman yang terdapat pada *website* Bursa Efek Indonesia, dan informasi yang berasal dari wartawan *IDX Channel* yang bertugas meliput berita di perusahaan-perusahaan tertentu. Informasi yang berasal dari wartawan akan digunakan pada program “*IDX Market Opening*” jika berita tersebut dirasa penting dan memberikan efek yang besar bagi masyarakat, sehingga produser akan menjadikan informasi tersebut sebagai *headline* program.

Program “*IDX Market Opening*” menyajikan informasi dengan *treatment* program agar penyampaian informasi lebih mudah diterima oleh pemirsa. *Treatment* program “*IDX Market Opening*” dapat berupa tampilan grafis-grafis, diantaranya grafis bursa Asia, grafis bursa Eropa, grafis saham yang melemah (*top losers*) ataupun menguat (*top gainers*) sehingga memudahkan pemirsa melihat data berbentuk angka yang diwujudkan ke dalam grafis. *Treatment* program lainnya adalah menghadirkan analisis pasar modal yang akan merekomendasikan saham-saham yang bagus bagi investor, membuka *line* telepon dan SMS sehingga pemirsa yang menonton dapat dilibatkan langsung untuk bertanya kepada narasumber yang akan disampaikan melalui *anchor*.

Upaya lainnya yang dilakukan pada saat produksi program berjalan adalah menyiasati ketidaksiapan program dengan ‘menganjal’ paket-paket berita yang telah diedit sebelumnya, dikarenakan arus informasi yang sangat cepat dan langsung disiarkan saat itu juga.

Pelaksanaan program “*IDX Market Opening*” juga dapat berjalan tidak terlepas dengan adanya koordinasi untuk pembagian tugas antara kru dalam program sesuai dengan kapasitas jabatan masing-masing. Hal tersebut dilakukan antar kru melalui media sosial, dikarenakan keterbatasan jarak antara dua (2) redaksi *IDX Channel* di Bursa Efek Indonesia dengan redaksi di *MNC News Center*. Redaksi *IDX Channel* yang terdapat di Bursa Efek Indonesia, merupakan pusat dari redaksi, karena terdapat studio dimana produksi siaran program-program *IDX Channel* dilakukan, selain itu mayoritas produser bertugas di redaksi Bursa Efek Indonesia dikarenakan kebutuhan akses informasi dan proses pengolahan berita yang dituntut cepat dan

faktual melalui Bursa Efek Indonesia, terutama produser program “*IDX Market Opening*”.

Kesimpulan

IDX Channel (Indonesia Stock Exchange Channel) merupakan saluran televisi hasil kerjasama MNC Channels dengan Bursa Efek Indonesia, fokus pemberitaan *IDX Channel* adalah seputar keuangan dan bisnis, serta sebagai media yang dapat menyebarkan informasi seputar pasar modal yang lebih mendalam kepada para pelaku bisnis.

Program “*IDX Market Opening*” di *IDX Channel*” dibutuhkan oleh pelaku bisnis untuk mendapatkan informasi seputar pasar modal, untuk itu program “*IDX Market Opening*” berupaya mengemas program dengan mengundang analis pasar modal yang dapat membantu para pemirsa lebih mengetahui saham-saham yang mengalami penguatan dan melemah pada jam perdagangan.

Pengemasan program “*IDX Market Opening*” yang ditayangkan secara *live* membutuhkan perencanaan yang matang. Perencanaan tersebut perlu berjalan sesuai dengan pedoman SOP (*Standart Operational Procedure*) agar menghindari kesalahan-kesalahan pada saat *live* program “*IDX Market Opening*” berlangsung.

Peneliti menyimpulkan bahwa upaya *IDX Channel* melalui siaran program “*IDX Market Opening*” dalam menginformasikan fluktuasi perdagangan pasar modal dengan memberikan *treatment* berupa *talkshow* dengan analis pasar modal, merekomendasikan saham, menampilkan grafis-grafis pendukung untuk menggambarkan fluktuasi perdagangan pasar modal, dan menampilkan paket-paket berita jika terjadi ketidaksiapan di awal program. Program “*IDX Market Opening*” dapat dikatakan sudah memenuhi kaidah *Standart Operational Program (SOP)* Alan Wurtzel (pra produksi, *set up* dan *rehearsal* dan produksi) kecuali pada tahap pasca produksi.

Saran

Setelah melalui proses penelitian dan menganalisa data yang diperoleh dari sumber-sumber terkait, maka saran yang dapat peneliti sampaikan untuk kemajuan program “*IDX Market Opening*”, diantaranya adalah program “*IDX Market Opening*” dapat melakukan tahapan produksi sesuai dengan SOP (*Standard Operational Procedure*) program pada umumnya, karena tahapan *rehearsal* tidak dilakukan program “*IDX Market Opening*”

yang tayang secara *live* dan membutuhkan informasi yang cepat dan faktual.

Selain itu program “*IDX Market Opening*” dapat menambah relasi atau kerjasama dengan lembaga-lembaga tertentu selain Bursa Efek Indonesia, untuk menambah referensi sumber informasi, menambah narasumber pada setiap *episode* dalam menganalisa saham di pasar modal, supaya pemirsa dapat mendapatkan informasi dari sudut pandang yang berbeda, serta lebih ditingkatkan koordinasi antar produser program “*IDX Market Opening*” dengan pihak Bursa Efek Indonesia supaya informasi yang didapat lebih cepat ditayangkan kepada masyarakat yang membutuhkan informasi seputar bisnis.

Daftar Pustaka

1. Definisi Informasi. [internet] 2013. Tersedia di: https://www.academia.edu/5524982/Definisi-Definisi_Informasi [diakses pada 11 Januari 2018].
2. IDX. Profil Perusahaan Tercatat. [internet] 2010. Tersedia di: <http://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/profil-perusahaan-tercatat/> [diakses 31 Juli 2017].
3. Tamburaka A. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. 2013.
4. Nurudin,. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2015.
5. Romli, Khomasahrial, *Komunikasi Massa*. Jakarta. PT. Grasindo, Anggota Ikapi. 2016.
6. Rahmawati I, Rusnandi, D. *Berkarier di Dunia Broadcast Televisi & Radio*. Bekasi-Jawa Barat: Laskar Aksara 2011.
7. Latief R. dan Utud Y. *Siaran Televisi Non-Drama: Kreatif, Produksi, Public Relations, dan Iklan*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015
8. Satriani A. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu *IDX Channel* dalam Meningkatkan *Brand Awareness*. [Skripsi]. Universitas Mercu Buana: 2016.
9. Sulistyono, Basuki,. *Metode Penelitian*. Jakarta: Penaku. 2010.

10. Profil MNC Media. [internet] 2013.
Tersedia di:
<https://www.mnc.co.id/about-us>
[diakses 11 Januari 2018]
11. Arsip *IDX Channel*.
12. Baksin, A. *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media. 2009.
13. Muda, DI. *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2005.