

Analisa Program Metropolis di Jak TV

Sinta Nur Alifah¹, Mustopa²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia Maju

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

Telp: (021) 78894045, Email: sintaailif@gmail.com, mstp97@yahoo.co.id

Abstrak

Program Metropolis adalah acara *magazine* yang menayangkan tentang kehidupan realita malam di Jakarta kaum *middle up* atau menengah ke atas. Sejak bulan Ramadhan konten Metropolis diubah menjadi tayangan kaum bawah atau marginal seperti realita Manusia Gerobak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, serta menganalisis apa saja yang mempengaruhi dalam pembuatan program Metropolis di Jak TV dan pengaruhnya terhadap *rating and share* pada tahun 2016. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan studi kasus. Data penelitian didapatkan wawancara, observasi dan, dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap informan. Sementara data sekunder diperoleh dari studi dokumen, buku, dan artikel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ide awalnya program Metropolis yaitu mengenai tentang kehidupan malam yang terjadi di Ibu Kota Jakarta. Kemudian konten diubah ketika memasuki bulan Ramadhan yang mengangkat tema-tema kaum marginal. Konsep program Metropolis dibuat berdasarkan tiga hal, *brainstorming* yang dilakukan oleh produser, PA, serta tim kreatif, dan berdasarkan permintaan dari manajemen. Pada saat episode Manusia Gerobak *rating* pada program Metropolis mengalami kenaikan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa *viewers* lebih menyukai tema kaum marginal dibandingkan tema kehidupan malam. Program Metropolis menampilkan host dengan kriteria seperti, perempuan dewasa, tampilannya harus sensual (tidak memakai baju yang terbuka), pembawaan *body language* serta suara yang menarik. Segmentasi pada program Metropolis saat ini yaitu A, B, dan C (kelas atas, kelas menengah atas dan kelas menengah ke bawah). Kendala dalam membuat sebuah program acara Metropolis di Jak tv yaitu kurangnya SDM dan budgeting.

Kata kunci: Ide Program, Konsep Program, Pemilihan Host, Segmentasi, Kendala Pembuatan Program

Abstract

Metropolis Program is a way of The Magazine that shows reality of Jakarta night life for the middle and upper. But since Ramadan, Metropolis converted their content into a under the impression or marginal as human carts (people who lives in their carts). This Research aims to find out, and analyze everything that affects also influence rating and share at Metropolis Program in Jak TV in 2016. The method that I used in this study is a qualitative case study. Research data were got from collected from interview, observation, and interview documentation that did by the informant. Meanwhile, secondary data were obtained from documents, books, and articles. The results showed that main idea of Metropolis program is the nightlife that occurred in the Jakarta capital city. Then the content changed when entering Ramadan to the marginal groups theme. Metropolis program concept is based on three things: brainstorming did by the producer, PA, the creative team, and based on the request of management. When the episode of carts human, metropolis program rating on highest increases. This shows that viewers more like marginal theme rather than the night life theme. Metropolis program was featured hosts by such criteria, adult women, the appearance must sensual (not wear a sexy clothes), bearing the body language and has interesting voice. Now, segmentation in Metropolis program is A, B, and C (upper class, middle class, and lower middle class). Constraints in make a Metropolis Program at Jak TV that is a lack of human resources and budgeting.

Key words: Ideas of Program , Concepts of Program, Selection of Host, Segmentation, Obstacle of Making Program

Pendahuluan

Menurut Apriadi Tamburaka, media massa merupakan sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula. Adapun media massa adalah institusi yang menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan lainnya dengan melalui produk media massa dihasilkan.¹

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media online (internet).

Agee, mengatakan dalam Elvinaro Ardianto dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Fungsi dari televisi yaitu, memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk.²

Televisi sebagai media massa sangat dirasakan manfaatnya karena dalam waktu yang relatif singkat dapat menjangkau wilayah dan jumlah penonton yang tidak terbatas, bahkan peristiwa terjadi pada saat itu juga dapat dengan segera diikuti sepenuhnya oleh *audiens* di tempat yang berbeda. Harus diakui bahwa televisi memang sudah menjadi kebutuhan penting untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Di era reformasi sekarang ini pemerintah membuat kebijakan untuk membuka selebar-lebarnya kebebasan pers.

Televisi sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan menjadi kebutuhan masyarakat kosmopolitan yang sibuk dan memiliki mobilitas tinggi seperti Jakarta. Kebutuhan mengakses informasi sama pentingnya dengan hiburan. Tak ada waktu untuk mengkonsumsi segala tayangan televisi yang disajikan. Masyarakat dituntut untuk cerdas dan selektif dalam memilih tayangan yang akan dikonsumsi. Perkembangan media televisi menyebabkan terjadinya kompetisi penyiaran televisi swasta di Indonesia, kerap terjadi. Dalam kurun waktu yang singkat dunia siaran televisi swasta mengalami kemajuan

pesat. Setiap stasiun televisi berlomba-lomba untuk menyuguhkan program menarik demi mendapatkan perhatian dari banyak audiens. Hal penting bagi sebuah stasiun televisi untuk menghadapi persaingan, yakni dengan menjaga kualitas program serta berinovasi terus-menerus untuk menjaga *brand* dan *image* program tersebut.

Berdasarkan data dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) saat ini di Indonesia telah beroperasi 11 stasiun televisi nasional (TVRI, RCTI, TPI, SCTV, ANTV, Indosiar, Metro TV, Trans 7, Trans TV, TV One dan Global TV). Selain televisi nasional, melalui Undang-Undang No. 32 tahun 2002 yang mengatur tentang penyiaran, pemerintah secara resmi mengizinkan berdirinya stasiun televisi lokal di Indonesia. Saat ini diperkirakan lebih dari 100 stasiun televisi lokal yang beroperasi di seluruh wilayah Nusantara.³

Selain itu, dalam beberapa tahun ini pertelevisian Indonesia semakin kreatif dengan bermunculannya beberapa televisi lokal seperti JAK TV, O CHANNEL, ELSHINTA, K-Drama, iNews TV, RTV, Rodja TV, dan beberapa tv lokal lainnya.

Program acara televisi pun beragam jenisnya. Program hiburan merupakan yang paling diminati untuk mengisi waktu luang. Dalam membuat sebuah program acara televisi dibutuhkan prosedur tertentu. Pada saat membuat program televisi seluruh profesi produser, jurnalis, sutradara, editor, dan *quality control* harus mengikuti prosedur/persyaratan yang biasa dilakukan agar menghasilkan program televisi yang berkualitas. Membuat program televisi akan melewati tahapan yang sangat sulit/rumit, panjang, dan melibatkan banyak orang.

Seluruh jenis program televisi yang disajikan kepada pemirsa harus diawali dengan ide atau konsep. Mengolah sebuah ide atau konsep menjadi suatu program yang menarik bukanlah pekerjaan mudah. Setiap produser harus mencari sendiri ide dan konsep untuk acara yang akan dibuat. Semakin kreatif ide yang diangkat, semakin banyak audiens yang suka.⁴

Setiap televisi memiliki tujuan program masing-masing. Menurut P.C.S Sutisno dalam buku "Pedoman Praktis

Penulisan Skenario Telvisi Video (1993)”, mendefinisikan program televisi ialah bahan yang telah disusun dalam satu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang secara teknis memenuhi persyaratan layak siar serta telah memenuhi standar estetik dan artistic yang berlaku.⁵

Rusman Latief dan Yusiatie Utud mengatakan, tujuan suatu program siaran secara umum, yaitu memberikan hiburan, informasi, dan pendidikan kepada penonton. Secara khusus setiap program yang diproduksi memiliki tujuan sendiri-sendiri sesuai sasaran yang hendak dicapai.⁶

Ada perbedaan tujuan penayangan program pada stasiun televisi swasta dan stasiun televisi public. Kalau stasiun televisi public tidak hanya program yang disukai penonton yang ditayangkan, artinya program yang ditayangkan bertujuan memberikan ruang kepada masyarakat untuk berekspresi dan berkreasi.

Namun secara umum produksi program siaran harus memperhatikan ketersediaan dana. Ada program yang disebut *financial oriented*, yaitu biaya produksinya harus dibatasi sehingga tidak memungkinkan menggunakan artis-artis papan atas dan peralatan terbaru. Semuanya harus disesuaikan dana yang tersedia. Kemudian ada program berorientasi berdasarkan kualitas produksi (*quality oriented*). Program siaran semacam ini diharapkan akan memberikan keuntungan yang besar, baik secara finansial maupun secara *image*.

Dengan konsep acara yang bagus dan menarik akan membuat *audiens* menyukai acara tersebut. Acara yang banyak diminati audiens membuat acara tersebut memiliki *rating* yang tinggi. *Rating* dalam program acara televisi menurut Morissan menjadi hal yang sangat penting bagi pengelola stasiun penyiaran komersial. Perusahaan atau lembaga *rating* menyediakan jasa kepada stasiun penyiaran dengan mengeluarkan laporan rutin mengenai program apa saja yang menjadi unggulan dan program apa saja yang sudah ditinggalkan audiensnya.

Selain mempertahankan kualitas program acara, stasiun televisi juga harus mempertahankan *rating* dan *share*

acaranya dengan menghasilkan berbagai acara berbeda dari segi kecepatan. *Rating* merupakan hal yang penting karena pemasang iklan selalu mencari stasiun penyiaran atau program siaran yang paling banyak ditonton atau didengar orang. *Rating* menjadi indikator apakah program itu memiliki *audiens* atau tidak. *Rating* menjadi perhatian pula bagi pemasang iklan yang ingin mempromosikan produk atau jasanya.

Menurut Morissan, *rating* kadang-kadang diambil dari khalayak secara keseluruhan. Kegunaan dari *rating* sendiri yaitu, *rating* digunakan untuk pembuatan dan produksi program, *rating* digunakan untuk membeli program, *rating* digunakan untuk penyusunan acara, *rating* digunakan untuk penjualan komersial, *rating* digunakan untuk penjadwalan dan pelaksanaan kegiatan periklanan.⁷

Jak TV adalah salah satu stasiun televisi swasta lokal di Indonesia yang memfokuskan siarannya di wilayah Daerah Khusus Ibukota Jakarta, mencakup daerah Jabodetabek. Stasiun televisi yang dimiliki oleh Mahaka Media ini mengudara untuk pertama kalinya dalam bentuk siaran uji coba pada tanggal 8 Oktober 2004, pukul 19.00 WIB di Jakarta.

Jak TV menyuguhkan program acara seperti *talkshow*, *reality show*, dan berita. Di antara program acara tersebut, salah satu program *magazine* Metropolis memiliki *rating* yang tinggi sejak awal penayangannya pada 6 Maret 2016. Setelah itu *rating* Metropolis pun tetap stabil dibandingkan program acara lainnya di Jak TV. Program Metropolis pernah menduduki *rating* peringkat ke-18 dari TV lokal lainnya.

Program Metropolis adalah acara *magazine* yang menayangkan tentang kehidupan realita malam di Jakarta kaum *middle up* atau menengah ke atas. Metropolis tayang setiap hari Minggu selama setengah jam. Acara ini ditayangkan pukul 21.30 WIB karena alasan konten dan tawaran iklan yang tidak layak dilihat anak di bawah umur. Awalnya Metropolis menayangkan cerita tentang kehidupan malam di Jakarta seperti kehidupan *Disc Jockey* (DJ) atau tentang prostitusi online dan seksualitas.

Sejak bulan Ramadhan konten Metropolis diubah menjadi tayangan kaum bawah atau marginal seperti realita kuli panggul. Namun, setelah konten diubah, *rating* Metropolis melonjak dibandingkan saat mengangkat tema model sensualitas. Karena konten human interest lebih menarik *views*, maka konten program Metropolis kini membahas kaum bawah atau marginal demi mempertahankan *rating*.

Dalam penelitian selalu dikenal dengan istilah analisis. Menurut Matter B. Milles dan A. Michael Huberman, mereka menganggap bahwa analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara kebersamaan; reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pertama, reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari temuan-temuan lapangan. Kedua, penyajian data yaitu merupakan penyajian data dari sekumpulan temuan-temuan yang sekiranya dapat memberikan kemungkinan menarik suatu kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dan yang ketiga, penarikan kesimpulan atau verifikasi, yaitu dari data-data yang telah terkumpul mulai dicari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, alur sebab akibat, dan proposinya, sehingga dari semua itu dapat ditarik sebuah kesimpulan.

Kegiatan analisis data yang menunjukkan pada pengorganisasian yaitu di tabulasi, sesuai dengan susunan tertentu dalam menginterpretasikannya yaitu di tabulasi, sesuai dengan susunan penyajian data yang dibutuhkan untuk menjawab masing-masing masalah atau hipotesis penelitian, melakukan perhitungan-perhitungan tertentu sesuai dengan jenis pengolahan statistic yang digunakan dalam masing-masing masalah atau hipotesis penelitian, yang terakhir disimpulkan, baik untuk masing-masing masalah atau hipotesis penelitian maupun untuk keseluruhan masalah yang diteliti tersebut.⁸

Metode

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif karena ingin menganalisis lebih rinci tentang program metropolis di Jak TV. Peneliti melakukan interaksi secara langsung kepada

responden dengan cara wawancara dan observasi. Peneliti mencari informasi mengenai masalah terkait melalui buku, web dan atikel.

Creswell dalam Imam Gunawan menyatakan, bahwa penelitian yang dibimbing oleh paradigma kualitatif didefinisikan sebagai suatu proses penelitian untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah.

Dalam penelitian ini menggunakan studi kasus. Menurut Imam Gunawan, studi kasus adalah penelitian yang meneliti fenomena konteporer secara utuh dan menyeluruh pada kondisi yang sebenarnya, dengan berbagai bentuk data kualitatif. Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa karakteristik penelitian kualitatif pada umumnya.⁹ Dalam peneliti ini peneliti membahas secara khusus hal-hal yang berkenaan pada acara metropolis di Jak TV. Peneliti ingin mengetahui apa saja yang membuat program metropolis memiliki rating yang tinggi.

Adapun penelitian ini bersifat deskriptif karena peneliti ingin menjelaskan secara detail tentang konsep dan ide program acara Metropolis di Jak TV dengan mengumpulkan data yang diperlukan dan mempelajarinya kemudian menuliskannya dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini, pengumpulan data diperoleh dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan empat informan (produser, senior kreatif, bagian *rating and share*, dan seorang audience). Selain itu, data sekunder diperoleh melalui buku, artikel dan web untuk mendukung penelitian yang akan dibahas.

Informasi yang terkumpul dianalisa melalui pengaturan data secara logis dan sistematis. Sejak awal peneliti terjun langsung ke lapangan berinteraksi dengan latar dan subjek (orang) dalam mengumpulkan data. Neuman dalam buku Ahmadi mengatakan, “analisis data merupakan suatu pencarian pola-pola dalam data, yaitu perilaku yang muncul, objek-objek, atau badan pengetahuan (*a body of knowledge*). Dalam penelitian kualitatif menganalisa data mencakup menguji, menyortir, mengategorikan, mengevaluasi, membandingkan, mensintesiskan, dan

merenungkan data yang direkam juga meninjau kembali data mentah dan terekam”.

Setelah data yang dibutuhkan dalam penelitian terkumpul, kemudian data ditranskrip. Adapun metode yang digunakan peneliti adalah deskriptif analitik. Menurut Hamid Patilima, deskriptif analitik yaitu cara untuk mengumpulkan dan menyusun data tentang obyek yang akan dikaji untuk dilakukan analisis terhadap data tersebut.¹¹

Deskriptif analitik dalam penelitian ini adalah menganalisis secara kualitatif faktor-faktor yang mempengaruhi konsep acara program Metropolis di Jak Tv. Langkah-langkah penulis dalam menganalisis data antara lain, yaitu mengumpulkan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi; mengedit semua data yang masuk; menyusun semua data yang diperoleh sesuai dengan sistematika pembahasan yang telah direncanakan; membuat matrik analisis sesuai dengan sub-sub konten analisis; dan melakukan analisis terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab rumusan masalah.

Pembahasan dan Hasil

PT Abdi Bangsa bekerja sama dengan PT Electronic City mendirikan sebuah stasiun televisi swasta berbasis lokal, yakni Jaktv pada tanggal 28 Oktober 2004. Sebuah stasiun televisi dengan investasi sebesar 150 milyar rupiah ini hadir untuk mengerti dengan gaya hidup masyarakat cosmopolitan. Dengan persiapan yang matang, peralatan yang canggih, dan tenaga yang handal, segala sesuatunya disiapkan secara professional. Test signal di saluran 55 UHF telah dilakukan dengan sukses pada tanggal 31 Oktober 2004 di kawasan Meruya, Jakarta Barat. Stasiun televisi ini mempunyai daya jangkauan siaran sebesar 2x40 kilowatt, mencakup wilayah jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi).

Jak TV berdiri berdasarkan izin dari Pemerintahan DKI Jakarta dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2001 yang sahamnya sebagian besar dimiliki oleh Jawa Pos Group serta memiliki jaringan kerjasama terbatas bernama JPMC.

Jak TV awalnya merupakan anak perusahaan dari Jawa Pos Group. Pada 16 November 2005, Jak tv mendapat penghargaan, dari UNICEF dan WHO sebagai

media TV yang selalu mensosialisasikan bahaya polio di Indonesia dan cara penanggulangannya secara berkala. Sejak tahun 2010, City TV Network yang merupakan sinergi TV lokal Indonesia yang dikoordinir oleh Jak TV dimulai.

Program Acara Magazine “Metropolis”

Program metropolis yaitu salah satu program yang mengupas Jakarta dari berbagai segi seperti, sisi glamour, humanisme, sosial dan budaya. Program metropolis mulai tayang pada 6 Maret 2016 di tayangkan pada hari minggu pukul 21.30 WIB dan sudah memasuki 36 episode.

Program tersebut menampilkan host paling sensual bernama Popy Zeidra. Berawal dari konten pembahasan kehidupan germerlap malam, yaitu membahas tentang kehidupan dj toples, foto model *nude*, postitusi online serta masih banyak lagi. Kemudian pada saat memasuki bulan puasa konten diubah mengenai kaum marginal seperti pendoa bayaran, ojek sepeda, manusia gerobak, dan lain-lain.

Analisa program acara metropolis di Jak Tv pada tahun 2016

Menurut P.C.S Sutisno (1993; 29), program televisi ialah bahan yang telah disusun dalam satu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang secara teknis memenuhi persyaratan layak siar serta telah memenuhi standar estetika dan artistic yang berlaku.

Dalam menganalisis program acara metropolis di Jak TV, peneliti merangkup dari konsep yang terdiri dari; pemilihan tema atau ide acara, latar belakang yang menjadi titik acuan program Metropolis, konsep program Metropolis di Jak TV, pemilihan host dalam program Metropolis di Jak TV, kendala dalam membuat program acara televisi, dan membahas mengenai *rating and share*.

Pemilihan Tema atau Ide Acara

Berdasarkan informasi dari informan, program Metropolis ide awalnya adalah mengangkat sosial tetapi lebih mengenai kehidupan malam yang terjadi di masyarakat. Kemudian pada saat bulan puasa berlangsung konten program acara metropolis diubah karena harus menyesuaikan, seperti contoh saat itu mengangkat tema “Manusia Gerobak”.

Tema acara sangat penting untuk menarik perhatian penonton, maka berdasarkan minat penonton, tema program metropolis diubah menjadi kehidupan kaum marginal. Hal ini pun dijelaskan oleh satu informan.

Salah satu senior kreatif di Jak TV, Rini Sinaga mengatakan, “ketika sudah selesai bulan puasa, Metropolis masih mengangkat tema-tema dari kehidupan kaum marginal. Karena dilihat dari rating and share bahwa penonton lebih suka menampilkan tema-tema kaum marginal tersebut dibandingkan tema-tema berbau pornografi atau kehidupan malam Jakarta”.

Selain itu, menurut Agung Hartanto, tema awal pemilihan program Metropolis berdasarkan hasil riset dan *development* yang sudah dilakukan pada masyarakat. Peneliti menjelaskan, alasan konten pada program Metropolis di ubah karena menyesuaikan dengan tema pada bulan Ramadhan. Program Metropolis yang awalnya membahas tema seksualitas dirasa tidak cocok dengan bulan Ramadhan. Oleh karena itu, konten diubah menjadi tema kaum marginal. Setelah konten diubah, berdasarkan hasil riset dan *development* masyarakat ternyata masyarakat lebih menyukai konten tersebut. Rating yang dihasilkan pun mengalami kenaikan dari sebelumnya. Sehingga, konten program Metropolis berubah menjadi tema kaum marginal walaupun tanpa menghilangkan konten seksualitas. Hanya porsinya yang dikurangi.

Menurut produser di Jak TV mengatakan, dari hasil riset dan *development* masyarakat. Banyak televisi yang menayangkan program-program acara seperti kontes dangdut ataupun sinetron. Maka dari itu, dibuatlah program Metropolis yang menggambarkan realita kehidupan masyarakat (kaum marginal).

Segmentasi Proram Metropolis

Berdasarkan pengamatan peneliti, Jak TV merupakan salah satu stasiun televisi lokal di Jakarta yang memiliki segmentasi dari masyarakat kelas atas sampai kelas menengah. Hal ini dibenarkan oleh salah satu informan, Agung Hartanto, seorang produser Jak TV, yang mengatakan bahwa segmentasi awal program Metropolis adalah A, B yaitu kelas atas dan kelas menengah. Kemudian, segmentasi Metropolis berubah menjadi A, B, dan C, yaitu kelas atas, kelas menengah, dan

kelas bawah setelah konten Metropolis juga berubah.

Dipilihnya kelas atas dan kelas menengah sebagai segmentasi program Metropolis karena tema awalnya Metropolis menayangkan tema kehidupan modern di Jakarta, seperti membahas tentang DJ Toples dan kehidupan malam lainnya yang merupakan kegiatan yang banyak dilakukan masyarakat kalangan menengah ke atas. Namun, sejak bulan Ramadhan konten Metropolis berubah menjadi kaum marginal, seperti Manusia Gerobak dan kegiatan masyarakat kelas bawah lainnya, maka segmentasi Metropolis pun berubah, menjadi kelas atas, kelas menengah, dan kelas bawah.

Konsep Program Metropolis di Jak TV

Menurut Rini Sinaga, seorang senior kreatif Jak TV, konsep program Metropolis dibuat berdasarkan tiga hal, pertama hasil dari *brainstorming* yang dilakukan oleh produser, PA, dan tim kreatif, dan yang kedua berdasarkan permintaan dari manajemen. Selain itu, hasil riset dari tahun sebelumnya juga menentukan konsep program apa yang akan dibuat.

Menurut Rini Sinaga salah satu tim kreatif mengatakan, produser dan teamnya yang mengkonsepkan seperti apa program tersebut. Dalam pemilihan tema program metropolis setiap episodenya dipilih dari hasil *brainstorming* produser, PA, dan kreatif dan siapapun bisa menentukan ide. Berdasarkan hasil riset dari tahun lalu penonton lebih suka yang melibatkan komunitas misalnya program “Jakarta Bersepeda”, dan komedi. Alasan mengangkat program metropolis karena ingin menyuguhkan program yang berbeda dan ternyata penonton suka.

Manajemen memberikan perintah kepada bagian kreatif untuk membuat suatu program yang belum dimiliki stasiun tv tersebut. Kemudian bagian kreatif melakukan proses *brainstorming*. Proses *brainstorming* dilakukan oleh eksekutif produser, produser, Production Assistant (PA), dan tim kreatif. Awalnya manajemen meminta dibuatkan konsep acara, kemudian eksekutif produser, produser, PA, dan tim kreatif melakukan *brainstorming* dengan masing-masing memberikan ide. Ide tersebut lalu dipilih bersama mana yang paling banyak disetujui. Setelah sebuah ide disepakati bersama, maka ide tersebut yang akan dijadikan tema acara.

Namun, proses brainstorming ini tidak hanya dilakukan pada awal pemilihan konsep acara, tetapi brainstorming dilakukan untuk menentukan tema setiap episodenya.

Selanjutnya, hasil riset dari tahun sebelumnya juga menjadi penentu dalam pembuatan konsep program acara. Riset yang dilakukan adalah untuk melihat program acara seperti apa yang paling diinginkan oleh masyarakat. Seperti contoh, masyarakat lebih menyukai program acara yang melibatkan komunitas, misalnya Jakarta Bersepeda, dan program acara yang mengandung unsur komedi. Selain itu, riset lainnya dilakukan untuk melihat jenis program apa saja yang paling banyak disiarkan oleh stasiun televisi lainnya, contohnya sudah banyak stasiun tv yang menayangkan program acara seperti kontes dangdut dan sinetron. Oleh karena itu, dibuatlah program Metropolis yang berbeda dari program lainnya.

Kemudian Agung Hartanto mengatakan, program Metropolis dibentuk atas demand dari masyarakat. Yang kedua di setiap stasiun televisi harus membuat konsep program dalam sebulan. Setelah melewati berbagai revisi, masa penentuan pengerjaan shooting, lalu tahap editing offline dan online, kemudian proses akhir siap on air.

Pemilihan Host Dalam Program Acara Metropolis

Dalam suatu program acara biasanya menampilkan host untuk melengkapi sebuah acara serta menjadikan daya tarik bagi penonton yang melihatnya. Pemilihan host untuk program Metropolis dilakukan oleh Production Asisstant (PA). Menurut Rini Sinaga, senior kreatif Jak TV, program Metropolis membutuhkan host yang mempunyai beberapa kriteria.

Program Metropolis menampilkan host dengan kriteria seperti, perempuan dewasa, tampilannya harus sensual (tidak memakai baju yang terbuka), pembawaan body language serta suara yang menarik. Kriteria pembahasan program metropolis dilakukan dengan mengikuti kegiatan orang yang menjadi topik pembahasan.

Kendala Membuat Program Acara Televisi

Jak TV adalah TV lokal yang hanya mengudara di daerah khusus Ibu Kota yang masih minim sumber daya manusia dan budgeting. Hal ini menjadi kendala dalam

pembuatan sebuah program acara di Jak TV, salah satunya adalah program Metropolis.

Rini Sinaga mengatakan, di Jak TV kendalanya adalah sumber daya manusia. Karena kita lokal tv jadi banyak keterbatasan dari sumber daya manusia maupun budget.

Karena minimnya budget, menyebabkan program Metropolis dalam memilih host disesuaikan dengan budget yang ada. Minimnya budget juga berpengaruh pada kurangnya sumber daya manusia. Kurangnya sumber daya manusia menyebabkan program Metropolis hanya memiliki satu kameramen dalam melakukan liputan. Sehingga berpengaruh kepada kurangnya stok pengambilan gambar. Metropolis pun menambahkan pengambilan gambar video dari Youtube.

Rating And Share Program Metropolis di Jak TV

Program acara televisi tentunya yang paling terpenting adalah bagaimana tanggapan masyarakat terhadap program yang dibuat oleh stasiun televisi. Jika masyarakat menyukai program yang dibuat maka akan berdampak pada naiknya rating program tersebut. Menurut Rachmat Adi Saputro, program Metropolis sempat mengalami kenaikan signifikan di episode ke 11 dengan tinggi 0,84. Secara umum program Metropolis berada di rata-rata 0,40.

Menurut Rachmat Adi Saputro, perhitungan ketika penonton menyaksikan acara metropolis selama satu menit dihitung satu, bahkan jika penonton pindah ke channel lain kemudian setelah menonton selama satu menit, tetap dihitung satu. Rating pada program Metropolis lebih tinggi ketika temanya menyangkut tentang kaum marginal dibandingkan dengan mengangkat tema yang sifatnya mengenai kehidupan malam.

Pada saat episode Manusia Gerobak, rating Metropolis rating pada program metropolis mengalami kenaikan tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih menyukai ketika tema yang diangkat adalah kaum marginal dibandingkan dengan mengangkat tema yang sifatnya mengenai kehidupan malam. Program metropolis memiliki rating paling tinggi pada episode ke 11 yang membahas tentang Manusia Gerobak pada tanggal 26 Juni tahun 2016 dan pernah terpuruk di tanggal 18 September 2016.

Kemudian mulai bangkit lagi di episode ke 18 tetapi rata-rata secara umum masih di 0,40.

Perbedaan Program Metropolis Dengan Program Lainnya

Menurut Agung Hartanto, setiap program memiliki genre programnya masing-masing. Seperti contoh program acara sejenis dengan Metropolis yaitu, Sexsophone di Trans 7. Perbedaan pada program tersebut dengan Metropolis terletak pada konteksnya.

Kemudian menurut Rachmat Adi Saputro, dalam program acara tv lain terdapat program yang sejenis dengan Metropolis, seperti program acara Orang Pinggiran di Trans 7 tetapi antara Metropolis dengan Orang Pinggiran tidak saling beririsan. Maksudnya adalah berdasarkan jam tayangnya yang berbeda. Jam tayang Metropolis pada malam hari, sedangkan Orang Pinggiran pada sore hari. Persaingan program Metropolis secara internal tidak ada yang beririsan secara langsung. Persaingannya mungkin dengan program OBAMA (Obrolan Malam) yang di tayangkan di Jak tv juga. Tetapi setelah diganti dengan konten kaum marginal tidak telalu beririsan.

Pendapat Viewers Terhadap Program Metropolis

Menurut Arifin Hendri, seorang mahasiswa STIKOM IMA jurusan *broadcasting* yang pernah menonton program Metropolis di Jak tv, program acara metropolis sangat bagus dan menginspirasi. Program metropolis memiliki sisi positif, karena acara program tersebut memberikan inspirasi tentang bagaimana menceritakan realita kehidupan seseorang yang masih keberadaannya belum di ulas oleh media. Pelajaran yang diambil dari program tersebut yaitu harus banyak-banyak bersyukur.

Berdasarkan pernyataan diatas, program Metropolis yang di tayangkan di Jak TV program yang menjadi inspirasi bagi penonton. Khususnya bagi penoton yang awalnya tidak tahu menjadi tahu, tentang tayangan mengenai kehidupan malam atau bahkan kaum marginal yang belum banyak di ulas.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisa program Metropolis di Jak TV, maka dengan ini peneliti dapat menyimpulkan dari

beberapa konsep,yaitu Jak TV adalah tv lokal yang hanya mengudara di daerah khusus Ibu Kota Jakarta yang masih minim sumber daya manusia dan budgeting. Ide awal dari program Metropolis adalah mengangkat mengenai kehidupan malam yang terjadi di masyarakat kuhusnya Ibu Kota Jakarta.

Pada saat bulan puasa konten diubah dengan mengangkat kaum marginal dengan segmentasi awal pada program Metropolis yaitu A dan B, kemudain segmentasi Metropolis berubah menjadi A, B, dan C.

Konsep program Metropolis dibuat berdasarkan dua hal, pertama hasil dari *brainstorming* yang dilakukan oleh produser, PA, dan tim kreatif, dan yang kedua berdasarkan permintaan dari manajemen.

Pemilihan host pada program Metropolis adalah dipilih host yang memiliki kriteria perempuan dewasa, sensual, pembawaan *body language*, dan memiliki suara yang menarik.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan adalah; membuat suatu ide acara sebaiknya harus terkordinasi, diberikan tambahan kamera pada saat liputan, agar memiliki banyak stok pengambilan gambar, sehingga tidak ada yang mengambil sumber dari YouTube, Pemilihan host disesuaikan dengan budgeting yang dimiliki, lebih banyak membuat program dengan tema yang berbeda dari stasiun tv lainnya.

Daftar Pustaka

1. Tamburaka, Apriadi. Agenda Setting Media Massa. Jakarta: PT Raja Grafindo Presada. 2013.
2. Ardianto, Elvinaro. Komunikasi Massa. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2007.
3. journal.binus.ac.id/index.php/JBSE/article/viewFile/194190, diakses pada 27 September 2016.
4. Fachrudin, A. Dasar-Dasar Produksi Televisi. Jakarta: Kencana. 2014.
5. Sutrisno, PCS. Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video. Jakarta: PT.Grasindo. 1993.
6. Latief, R dan Yusiatie Utud. Siaran Televisi Non Drama. Jakarta: PT Adhitiya Andrebina Agung. 2015.
7. Morissan. Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi Jakarta: PT Ghalia Indonesia. 2009.

8. Mattew B. Milles dan Michael Hurbeman. Analisis Data Kualitatif. Penerjemah Tjeetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI-Press. 1992.
9. Gunawan, Imam. Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik. Jakarta: Bumi Aksara. 2013.
10. Patilima, Hamid. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta. 2007.