Strategi Program Top Stock 1 Dalam Menyajikan Konten Berita Ekonomi Di *IDX Channel*

Indriani Salko¹, Dedy Zebua²

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

Email correspondent: salkoo23@gmail.com

Abstrak

Program *Top Stock 1* adalah sebuah program buletin berita teraktual tentang performa bisnis dari emiten setiap harinya yang membahas mengenai isu-isu ekonomi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi program *Top Stock 1* dalam menyajikan konten berita ekonomi di *IDX Channel*. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan desain deskriptif dan menggunakan pendekatan observasi dimana data yang digunakan adalah data primer dari hasil pengamatan, wawancara, dan studi dokumentasi serta data sekunder dengan tinjauan studi kepustakaan untuk mempertajam teori. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa strategi produksi program *Top Stock 1* dalam menyajikan berita ekonomi di *IDX Channel* terbagi menjadi tiga tahap yaitu pra produksi yang dimulai dari proses penemuan ide, proses perencanaan, dan proses persiapan, lalu ada tahap produksi yang dilakukan setelah persiapan yang dilakukan sudah matang dalam tahap pra produksi, lalu tahap pasca produksi yang merupakan proses evaluasi untuk mengetahui perkembangan dari program yang telah berjalan.

Kata kunci: strategi program, *top stock 1*, konten berita ekonomi

Abstract

Top Stock 1 Program is an actual news bulletin program about business performance of issuers every day that discusses economic issues. The purpose of this study was to find out how the Top Stock 1 program strategy in presenting economic news content on IDX Channel. This research method uses qualitative research with descriptive research and uses an observation approach where the data used are primary data from the results of observations, interviews, and documentation studies as well as secondary data with literature review reviews to sharpen the theory. Based on the results of the study, it was found that the production strategy of the Top Stock 1 program in presenting economic news on IDX Channel was divided into three stages, namely pre-production starting from the idea discovery process, planning process, and preparation process, then there was the production stage after the preparations were made already cooked in the pre-production stage, then the post-production stage which is an evaluation process to determine the progress of the program that has been running

Keywords: program strategy, *top stock 1*, economic news content

Pendahuluan

Komunikasi merupakan kebutuhan setiap individu untuk hidup dalam suatu lingkungan. Setiap manusia menjalin hubungan dengan manusia lainnya melalui komunikasi. Semua hal didapat dari sebuah komunikasi seperti halnya informasi, kesepakatan, hubungan dekat, hubungan kerja, dan lain sebagainya. Komunikasi yang terjadi bukan hanya secara verbal namun juga secara non verbal. Komunikasi tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari karena komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks kehidupan manusia mulai dari kehidupan pribadi, pekerjaan, organisasi, kelompok, budaya, politik, ekonomi, dan lain sebagainya.

Menurut Effendy komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun langsung melalui media.¹

Komunikasi tidak hanya dilakukan secara tatap muka, namun saat ini sudah dapat dilakukan melalui media digital atau online. Komunikasi ini sendiri pun dapat dituangkan dalam berbagai bentuk media, seperti kata-kata, gambar, angka, tulisan, dan bahkan video. Salah satu jenis komunikasi yang kita ketahui adalah komunikasi massa.

Menurut Defleur dan Dennis McQuail komunikasi massa adalah suatu proses dalam mana komunikator-komunikator media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak-khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Media komunikasi yang termasuk komunikasi massa yaitu radio siaran, televisi, film yang dikenal sebagai media elektronik, serta surat kabar dan majalah yang keduanya termasuk media cetak.²

Ciri khas dari komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada orang banyak atau masyarakat luas melalui perantara media massa. Defisini komunikasi massa yang paling umum adalah cara penyampaian pesan yang sama, kepada sejumlah besar orang, dan dalam waktu yang serempak melalui media massa. Komunikasi massa ini disampaikan secara terbuka kepada masyarakat heterogen yang jangkauannya relatif lebih besar.

Defisini komunikasi massa yang paling umum adalah cara penyampaian pesan yang sama, kepada sejumlah besar orang, dan dalam waktu yang serempak melalui media massa. Media massa adalah komunikasi sebagai sarana informasi menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia. Sebuah informasi dapat secara cepat tersampaikan kepada masyarakat luas melalui sebuah media yang disebut sebagai media massa.

Media massa adalah sebuah *channel* atau tempat yang digunakan sebagai sarana dalam proses komunikasi massa. Komunikasi massa dapat dilakukan melalui keseluruhan media massa yang ada, yaitu media cetak maupun media elektronik, media online serta suatu program ataupun berbagai bentuk lainnya yang dikemas secara menarik dalam menyajikan berbagai informasi.³

Jenis media massa pun bermacam-macam, yang pertama adalah media massa cetak (*printed media*) yaitu surat kabar, koran, majalah, tabloid, dan lain sebagainya. Kemudian yang kedua adalah jenis media massa elektronik (*elektronic media*) yaitu seperti radio, televisi, dan film. Serta yang ketiga adalah media *online* (digital media) yaitu melalui program atau channel-channel seperti blog, *website*, maupun aplikasi-aplikasi jejaring sosial lainnya. Keuntungan penyebaran informasi melalui media massa adalah keunggulannya dalam penyampaian informasi yang sama kepada khalayak ramai dalam waktu relatif serentak.

Keuntungan penyebaran informasi melalui media massa adalah keunggulannya dalam penyampaian informasi yang sama kepada khalayak ramai dalam waktu relatif serentak. Menurut

Apriadi Tamburaka dalam bukunya yang berjudul *Agenda Setting* memberikan pengertian mengenai media massa yaitu “Media massa merupakan sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula”.⁴

Perkembangan era teknologi saat ini melahirkan suatu media baru yang dapat menyajikan informasi secara cepat kepada masyarakat yaitu televisi. Jenis program televisi menurut Morissan, terdapat dua jenis program televisi yaitu program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya menambah pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Dalam hal ini program informasi terbagi menjadi dua bagian yaitu berita keras (*hard news*) yang sajiannya berisi tentang segala informasi penting dan menarik yang harus disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang segera untuk diketahui khalayak, dan berita lunak (*soft news*) adalah berita yang menyajikan informasi penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Selanjutnya program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori ini adalah drama, musik, dan permainan (*game*). Dengan demikian menjadi identitas khusus atau identitas lokal oleh salah satu stasiun televisi. Stasiun televisi tanpa program berita akan menjadi stasiun tanpa identitas setempat. Program berita juga menjadi bentuk kewajiban dan tanggung jawab pengelola televisi kepada masyarakat yang menggunakan gelombang udara publik.⁵

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori ini adalah drama, *music*, dan permainan (*game*). Stasiun televisi tanpa program berita akan menjadi stasiun tanpa identitas setempat. Program berita juga menjadi bentuk kewajiban dan tanggung jawab pengelola televisi kepada masyarakat yang menggunakan gelombang udara publik.

Menurut JB Wahyudin berita adalah laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting, menarik dari sebagian khalayak, masih baru dan dipublikasikan secara luas melalui media massa periodik. Dengan demikian informasi memiliki kekuatan, baik membangun maupun merusak. Proses informasi ini telah meningkatkan ilmu pengetahuan yang menghasilkan perkembangan dalam sistem teknologi.⁶

Berita sangat berpengaruh dalam mendorong perubahan pola pikir masyarakat sehingga menuntut persepsi yang berbeda-beda mengenai suatu isu. Berita yang akan disampaikan kepada masyarakat hendaknya sesuatu yang benar, dan bersih dari penipuan dan kebohongan. Berita penting bagi media massa, Fisher dalam bukunya *Teori-Teori Komunikasi Massa* menyatakan bahwa kata putus berita merupakan pengetahuan yang sakral kemampuan rahasia para wartawan, membedakannya dengan orang lain. Berita menyediakan komponen yang menonjolkan atau membedakan suatu media dengan jenis media lainnya.⁷

Menurut Dedy jenis berita dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis diantaranya: a) jenis berita berdasarkan jenis peristiwa dan penggalan data yaitu berita berat (*hard news*), berita ringan (*soft news*), dan *investigative reports* atau sering disebut juga laporan penyelidikan, b) jenis berita berdasarkan sifat kejadiannya terdiri dari berita diduga dan berita tidak terduga, c) jenis berita berdasarkan lokasi kejadian yaitu berita yang terjadi ditempat tertutup (*indoor news*) dan berita yang terjadi ditempat terbuka (*outdoor news*), serta d) jenis berita berdasarkan isinya yang terdiri dari berita politik, ekonomi, kebudayaan, pendidikan, hukum, seni, agama, kejahatan, olahraga, dan sebagainya.⁸

Secara umum nilai berita ditentukan oleh 10 komponen dimana semakin banyak komponen tersebut dalam berita maka semakin besar nilai khalayak pembaca terhadap berita tersebut, komponen tersebut diantaranya : 1) kedekatan (*proximity*) baik secara geografis maupun psikis, 2) bencana (*emergency*) dimana setiap manusia membutuhkan rasa aman dan rasa akan akan memicu perhatian orang, 3) konflik (*conflict*) baik antar individu, kelompok maupun negara, 4) kemashuran (*prominence*) biasanya rasa ingin tahu terhadap seorang public figure yang cukup besar, 5) dampak (*impact*) dimana

peristiwa yang memiliki dampak langsung dalam kehidupan dimasyarakat, 6) unik dimana manusia cenderung memiliki rasa ingin tahu tentang segala hal unik, 7) baru (*actual*) sesuatu yang baru akan memicu minat orang untuk mengetahui lebih jauh, 8) kontroversial dimana sesuatu yang bersifat kontroversial akan menarik untuk diketahui karena mengandung kejanggalan, 9) *human interest* yaitu derita antar sesama cenderung menarik minat untuk mengetahui, serta 10) ketegangan (*suspense*) yaitu sesuatu yang membuat manusia ingin mengetahui akhir dari suatu peristiwa yang terjadi.⁹

Secara umum, stasiun televisi terdiri atas televisi generalis dan televisi spesialis. Televisi generalis menyajikan program atau acara yang beragam, mulai dari sinetron, musik, film, acara anak-anak, hingga berita. MetroTV dan TVOne adalah TV Khusus yang cenderung atau menspesialisasikan diri pada program berita.¹⁰

Program berita tersebut pada umumnya menyajikan berita yang dikemas dalam bentuk yang hampir serupa. Saat ini di Indonesia sudah mengudara satu televisi pemerintah yakni TVRI, dan beberapa televisi swasta, antara lain SCTV, MNC, ANTV, Indosiar, Metro TV, Trans TV, Trans 7, TVOne, Global TV, serta televisi lokal seperti JTV, SBO, TV9, dan lain-lain.

Menurut Fred Wibowo terdapat lima cara dalam merencanakan sebuah produksi program berita televisi yaitu 1) materi produksi yang dapat berupa kejadian, pengalaman, hasil karya, benda, binatang, dan manusia yang merupakan bahan yang dapat diolah menjadi produksi yang bermutu, 2) sarana produksi yaitu sarana yang menjadi penunjang terwujudnya ide menjadi kongkrit yaitu hasil produksi, 3) biaya produksi dimana tidak terlalu sederhana merencanakan biaya untuk suatu produksi, 4) organisasi pelaksanaan produksi dimana suatu produksi program televisi melibatkan banyak orang, misalnya artis, crew, dan fungsionaris lembaga penyelenggara, polisi, aparat setempat dimana lokasi *shooting* dilaksanakan dan pejabat yang bersangkutan dengan masalah perizinan, 5) tahap pelaksanaan produksi dimana suatu produksi televisi pastinya melibatkan banyak peralatan, orang, biaya yang besar selain itu juga memerlukan suatu organisasi yang rapi juga perlu suatu tahap pelaksanaan produksi yang jelas dan efisien.¹¹

Program yang terbukti berhasil memasuki pasaran program berita ekonomi bisnis yang berbeda dengan berita pada umumnya yakni dari IDX channel yang termasuk dalam MNC GROUP. MNC Media merupakan perusahaan media terbesar se-Asia Tenggara yang MNC Channel juga telah bekerja sama dengan Bursa Efek Indonesia (BEI) membuat Channel televisi pertama menyiarkan tentang berita bisnis, keuangan dan membahas perkembangan pasar Channel tersebut bernama IDX Channel yang dibawah oleh Inews. berada dalam naungan MNC Group.¹²

IDX Channel kependekan dari *Indonesia Stock Exchange Channel*, sebelumnya bernama iBCM Channel (*Indonesia Business dan Capital Market Channel dan MNC Business*) adalah sebuah stasiun televisi berita bisnis dan keuangan selama 24 jam yang menjangkau wilayah Indonesia yang membahas tentang perkembangan pasar. Saluran ini hanya bisa disaksikan lewat televisi satelit oleh Indovision, Indovision Anywhere, MNC Play Media dan Top TV saluran 100, OkeVision saluran 99 dan First Media saluran 398.

IDX Channel merupakan saluran hasil kerjasama MNC Channels dengan Bursa Efek Indonesia. Saluran ini memiliki 2 bahasa yaitu Indonesia dan Inggris. Stasiun televisi ini pertama kali siaran pada tanggal 29 September 2010 dengan nama MNC Business. Kini slogan dan motto *tagline* IDX Channel adalah *Your TV Reference for the Indonesian Capital Market*. Pada 10 Agustus 2015, MNC Business berganti nama menjadi iBCM Channel (*Indonesia Business and Capital Market Channel*) dan sejak 18 April 2016, iBCM Channel berganti nama menjadi IDX Channel (*Indonesia Stock Exchange Channel*).

Program *Top Stock 1* adalah sebuah program buletin berita teraktual tentang performa bisnis dari emiten setiap harinya mempunyai tema obrolan yang *fresh* atau baru tayang di IDX Channel setiap pukul 10.00-11.00 setiap hari Senin sampai dengan Jumat, isu-isu yang diangkat ialah isu-isu ekonomi

Business Performance dari emiten, evaluasi laporan keuangan perusahaan yang baru *release*, strategi bisnis emiten (dikaitkan dengan *issue* dan sentimen yang berkembang), rencana kerja dan *outlook* industri, *corporate action* emiten dan masukan dari sisi emiten untuk para regulator terkait industri mereka. Durasi tayang 60 menit membuat para produser menjadi lebih selektif dalam menentukan tema berita yang memiliki nilai *value* yang layak untuk ditayangkan dalam program *Top Stock 1*.

Dalam industri penyiaran, strategi digunakan dalam berkompetisi dengan stasiun penyiaran lain dalam rangka memperebutkan audien. Stasiun penyiaran selalu merencanakan programnya secara strategis, yaitu merancang acara sebaik mungkin, sehingga tetap menarik dan menjaga ketertarikan pemirsanya. Salah satunya dengan cara membuat program yang dekat dengan kehidupan mereka sehari-hari dan sesuai dengan keinginan mereka. Departemen program dan produksi stasiun penyiaran memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam menunjang keberhasilan stasiun penyiaran.¹³

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya. Di industri penyiaran, strategi digunakan dalam berkompetisi dengan stasiun penyiaran lain dalam rangka memperebutkan audiens. Satu stasiun penyiaran selalu merencanakan programnya secara strategis, yaitu merancang acara sebaik mungkin, sehingga tetap menarik dan menjaga ketertarikan pemirsanya.¹⁴

Menurut Fred Wibowo, kunci sukses dari setiap program televisi sebagian berkat perencanaan dan sikap kreatif menjadi faktor yang paling penting dalam memproduksi program televisi. Proses pemikiran strategi dasar terdiri dari 4 fase, yaitu intelegensi, analisis, generasi alternatif dan evaluasi. a) Intelegensi yaitu Keinginan pasar terhadap suatu tontonan yang diberikan oleh stasiun TV. Segala faktor yang mempengaruhi keinginan masyarakat terhadap tontonan yang ditayangkan di setiap stasiun TV, b) Fase analisis merupakan fase penting dalam tahap pra produksi dimana fase ini akan memberikan gambaran terbaik mengenai bagaimana program akan dijalankan nantinya, c) Generasi Alternatif dimana merupakan suatu kreatifitas yang tercipta dengan suatu rancangan, atau malah mungkin suatu kreatifitas yang ditemukan secara kebetulan. Alternatif ini mempunyai kekuatan jika program yang diciptakan mempunyai karakteristik unik dan tidak dipunyai program lain, serta d) Evaluasi Strategi dimana dalam tahap ini untuk mempertimbangkan apakah strategi mencapai tujuan, apakah program yang telah dibuat tersebut bisa meraih tujuannya.

Menurut Zettl dalam bukunya *Television Production Handbook* sebuah program stasiun televisi memiliki tiga tahapan strategi dalam memproduksi suatu program televisi yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Ketiga tahapan tersebut merupakan awal mulanya suatu program televisi dalam membuat suatu program yang baik untuk khalayak.¹⁵

Strategi produksi pada program televisi, yaitu : a) Strategi Pra Produksi dimana Sebuah program dapat dinyatakan berhasil atau tidak tergantung darimana strategi yang digunakan oleh program tersebut. Pada tahapan pra sering sekali terjadi hal-hal yang mungkin terjadi sebelum program tersebut akhirnya dapat tampil di layar TV, b) Strategi Produksi dimana dengan adanya pengecekan alat dan juga juga dari situasi studio itu sendiri. Kemudian adanya komunikasi yang baik dari setiap divisi di studio dan juga dalam master *control room*. Pada tahapan ini juga kecepatan tulisan dari kamera prompter harus disesuaikan dengan kecepatan pembawa acara membacanya, c) Strategi Pasca Produksi dimana Setelah melakukan tahapan produksi tentu saja ada tahapan selanjutnya yang perlu dilakukan juga, yaitu pada tahapan pasca produksi. Dimana pada tahapan disini adalah bagaimana mengecek perkembangan program tersebut. Disini adalah berusaha untuk dapat membuat sebuah hasil evaluasi yang dapat digunakan untuk perkembangan program tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik membahas lebih dalam mengenai proses produksi suatu program berita yaitu “Strategi Produksi Program *Top Stock 1* Dalam Menyajikan Konten Berita Ekonomi Di *IDX Channel*”.

Metode

Pendekatan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, hal itu menyebabkan data dan analisis yang digunakan dalam penelitian ini juga bersifat kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, kepercayaan orang yang akan diteliti. Penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.¹⁶

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 diteliti.¹⁷

Melalui penelitian kualitatif peneliti dapat mengenali subjek dan merasakan apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif sehingga merupakan rinci dari suatu fenomena yang diteliti. Seperti dikatakan para ahli kualitatif, dalam melengkapi berbagai data peneliti menggunakan berbagai metode pengumpulan data, seperti wawancara, pengamatan, serta penelitian dokumen dan arsip. Setiap metode dilakukan secara berkaitan dan saling mendukung untuk menghasilkan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Penelitian dengan menggunakan deskriptif kualitatif, peneliti merasa tidak ada jarak antara peneliti dengan sumber informasi atau responden, sehingga peneliti dapat lebih menyatu dengan penelitian guna menjawab fenomena yang peneliti temukan pada institusi terkait, selain itu peneliti juga memiliki tujuan untuk memahami obyek yang diteliti secara mendalam.

Metode kualitatif menjadikan peneliti sebagai instrumen utama penelitian dimana penarikan kesimpulan yang dilakukan berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan dokumen pendukung lainnya. Adapun jenis atau metode yang digunakan adalah deskriptif dan observasi. Metode deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa.

Peneliti menguraikan serta mendeskripsikan bagaimana strategi dalam memproduksi berita di *IDX Channel*. Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai suatu proses yang terjadi dalam suatu obyek penelitian berdasarkan data yang diperoleh. Pendekatan kualitatif ini menitikberatkan pada data-data penelitian yang dihasilkan melalui pengamatan, wawancara dan studi dokumentasi.

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk studi kasus. Menurut Fathoni studi kasus adalah penelitian terhadap suatu kejadian atau peristiwa. Kemudian pada penelitian kualitatif, terdapat obyek penelitian yang harus dipandang secara khusus, agar hasil penelitiannya mampu menggali substansi terperinci dan menyeluruh dibalik fakta. Obyek penelitian yang demikian, yang disebut sebagai 'kasus', harus dipandang sebagai satu kesatuan sistem dibatasi (*bounded system*) yang terikat pada tempat dan kurun waktu tertentu.¹⁸

Pada penelitian ini, pengumpulan data diperoleh dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tiga informan (*producer, associate producer* dan *Production Assistant*). Peneliti melakukan observasi partisipatif yaitu peneliti ikut aktif berpartisipasi pada aktivitas dalam memproduksi berita. Pada wawancara mendalam yang berlangsung diajukan pertanyaan-pertanyaan secara detail untuk mendapatkan data yang diinginkan, akurat dan sesuai dengan format penelitian.

Selain itu, data sekunder diperoleh melalui buku, artikel dan web untuk mendukung penelitian yang akan dibahas. Data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (hasil dari pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah

data sekunder yang dalam tinjauan studi kepustakaan untuk mempertajam teori dengan data-data yang berhubungan dengan strategi program *Top Stock 1* dalam memproduksi berita lokal

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah dengan menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi partisipasi (*participant observer*). Metode wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang di wawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.

Setelah melakukan pengumpulan data, seluruh data yang terkumpul kemudian diolah oleh peneliti. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Analisis data dilakukan dengan cara sistematis pedoman wawancara dan data kepustakaan, lalu memproses data dengan tahapan reduksi data, menyajikan data, dan kemudian menyimpulkan. Miles dan Huberman dalam Sugiyono mengungkapkan bahwa dalam mengolah data kualitatif dilakukan melalui tahap reduksi yang berarti merangkum, memilih hal-hal pokok dan penting kemudian dicari tema dan polanya, penyajian data dalam bentuk tabel dan uraian penjelasan yang bersifat deskriptif, dan penarikan kesimpulan yang merupakan tahap akhir dari penelitian.¹⁹

Hasil dan Pembahasan

Program *Top Stock 1* adalah sebuah program buletin berita teraktual tentang performa bisnis dari emiten setiap harinya mempunyai tema obrolan yang *fresh* atau baru tayang di IDX Channel setiap pukul 10.00-11.00 setiap hari Senin sampai dengan Jumat, isu-isu yang diangkat ialah isu-isu ekonomi *Business Performance* dari emiten, evaluasi laporan keuangan perusahaan yang baru *release*, strategi bisnis emiten, rencana kerja dan *outlook* industri, *corporate action* emiten dan masukan dari sisi emiten untuk para regulator terkait industri mereka.

Dalam menyajikan sebuah program berita diperlukan beberapa strategi dimana strategi tersebut berguna agar program bisa berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan, tahapan pra produksi program *Top Stock 1* dilakukan melalui rapat tim redaksi untuk menentukan isu-isu yang akan diangkat. Agenda tersebut dianggap penting karena menjadi faktor efektivitas suatu produksi. Produksi menjadi lebih efektif ketika agenda tersebut sudah tersusun dan pembawa acara sudah mengetahui terkait topik yang diangkat pada saat *on-air*. Pemilihan tema dalam program *Top Stock 1* ditentukan dalam proses produksi. Tahapan pra produksi sangat penting dilakukan karena jika tahap ini dilaksanakan dengan baik, maka sebagian pekerjaan dari produksi yang direncanakan akan berjalan dengan baik.

Pra produksi meliputi tiga bagian yaitu penemuan ide yang merupakan rancangan yang ada didalam pikiran yang melintas secara imajinatif, perencanaan meliputi penentuan jangka waktu kerja. Jadi sebelum program berjalan, produser terlebih dahulu menentukan tema, menentukan narasumber yang kompeten, dan mengatur segala ruang studio dan sebagainya karena produser berperan aktif dan sangat bertanggung jawab dalam hal tersebut demi kelancaran program yang dijalankan, lalu tahap persiapan dimulai dari mempersiapkan narasumber yang akan diundang, biasanya produser akan menghubungi langsung narasumber atau terlebih dahulu menghubungi pihak direksi perusahaan narasumber tersebut untuk meminta materi yang akan dijadikan sebagai sumber data.

Tahap produksi dimulai Setelah persiapan yang dilakukan dalam tahap pra produksi telah matang, maka selanjutnya *crew* siap menayangkan tema yang diangkat pada hari itu, yang dipandu dengan pembawa acara yang memiliki kemampuan dan pengetahuan yang tinggi agar diskusi berkembang. Produser harus mampu mengarahkan narasumber guna memastikan bahwa pembawa acara sudah menguasai materi-materi sesuai dengan tema yang diangkat, juga mengarahkan kameramen untuk memastikan bahwa ia mampu mendapatkan gambar sesuai dengan komposisi yang dibutuhkan.

Dalam proses produksi program *Top Stock 1* produser memiliki peran yang sangat besar dalam menjalankan program supaya sesuai dengan yang direncanakan dan tidak menimbulkan kesalahan pada saat *On-Air*.

Tahap pasca produksi merupakan evaluasi untuk mengecek perkembangan program berupa hal-hal yang perlu disempurnakan agar program dapat berkembang dengan lebih baik. dalam tahap pasca produksi program *Top Stock 1* berupa evaluasi untuk memperbaiki kesalahan yang terjadi selama program ini berlangsung karena program ini bersifat *live* sehingga penting untuk melakukan evaluasi agar meminimalisir segala bentuk kesalahan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas terkait Strategi Produksi Program *Top Stock 1* dalam Menyajikan Konten Berita Ekonomi Lokal Di IDX Channel terbagi menjadi tiga tahapan yaitu tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi. Tahapan pra produksi dimulai dengan menentukan perencanaan-perencanaan, kemudian dalam tahap ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu penemuan ide, perencanaan dan persiapan. Lalu selanjutnya tahap produksi yang dilakukan setelah perencanaan yang dilakukan dalam tahap pra produksi selesai dilakukan. Tahap terakhir yaitu tahap pasca produksi yang merupakan evaluasi guna mengecek perkembangan dari program yang telah dijalankan juga evaluasi dilakukan agar bisa memperbaiki kesalahan yang dilakukan selama program berlangsung.

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian mengenai strategi produksi program *Top Stock 1* dalam Menyajikan Konten Berita Ekonomi Lokal Di IDX Channel terbagi menjadi tiga tahapan yaitu tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi. Tahapan pra produksi dimulai dengan menentukan perencanaan-perencanaan, kemudian dalam tahap ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu penemuan ide, perencanaan dan persiapan. Lalu selanjutnya tahap produksi yang dilakukan setelah perencanaan yang dilakukan dalam tahap pra produksi selesai dilakukan. Tahap terakhir yaitu tahap pasca produksi yang merupakan evaluasi guna mengecek perkembangan dari program yang telah dijalankan juga evaluasi dilakukan agar bisa memperbaiki kesalahan yang dilakukan selama program berlangsung.

References

1. Effendi, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung; Remaja Rosdakarya; 2008.
2. McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa* McQuail/Denis McQuail. Jakarta; Salemba Humanika; 2012.
3. Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta; Kencana Prenada; 2008..
4. Tamburaka, Apriadi. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta; PT Raja Grafindo Persada; 2013.
5. Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Tangerang; Ramdina Prakasa; 2010.
6. Wahyudi.J.B. *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*, Grafiti, Jakarta; 2001.
7. Aubrey B Fisher. *Teori-teori Komunikasi*. Bandung; CV. Remaja Karya; 1989.
8. Mulyana, Dedy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung; Remaja Rosdakarya; 2008.
9. Wulandari, S. 2016. *Strategi Produksi program "Talkshow" Obrolan Karebosi di Celebes TV Makassar*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Makassar; UIN Alauddin; 2016.
10. Usman, Ks. *Television News Reporting & Writing*. Bogor: Ghalia Indonesia; 2008.
11. Wibowo, Fred. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta; *Pinus Book Publisher*; 2007
12. Profil IDX Channel. https://id.wikipedia.org/wiki/IDX_Channel diakses pada 27 September 2018.
13. Hidayat, Dedy Nur. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta; PT RajaGrafindo Persada; 2007.
14. Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung; PT Remaja Rosdakarya; 2013.
15. Zettl, Herbert. *Television Production Handbook TenthEdition*. USA; *WadsWorth Cengage Learning*; 2012.
16. Aan Komariah dan Djam'an Satori. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung; Alfabeta; 2010.
17. Basuki, Sulistiyo. *Metode Penelitian*. Jakarta; Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia; 2006.

18. Abdurrahmat, Fathoni. Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi. Jakarta; PT Rineka Cipta; 2006