

## BAB III

### METODOLOGI DAN OBJEK PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif. Isaac dan Michael, yang dikutip kembali oleh Jalaludin Rakhmat (2007 :21), mengatakan bahwa; “Metode deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktual”. Adapun sifat-sifat tertentu pada umumnya terdapat dalam metode deskriptif sehingga dipandang sebagai ciri-ciri yakni bahwa metode itu:

1. Memusatkan diri pada perencanaan masalah-masalah yang ada sekarang, pada masalah-masalah yang aktual.
2. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, diperjelas dan kemudian dianalisa (Rakhmat, 2007:22).

Adapun sifat-sifat lain dari metode deskriptif secara umum untuk memperoleh hasil yaitu:

1. Memperjelas setiap langkah penyelidikan deskriptif itu dengan teliti dan terperinci, baik mengenai dasar-dasar metodologi maupun mengenai detail teknik khusus.
2. Menjelaskan prosedur pengumpulan data, serta pengawasan dan penilaian terhadap data.
3. Memberi alasan kuat mengapa dalam metode deskriptif tersebut penyelidikan mempergunakan teknik tertentu dan bukan teknik lainnya (Maleong, 2009:140).

Lebih jauh dalam suatu penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Kemudian mengangkat ke permukaan karakter atau gambaran tentang

kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut. Menurut Rakhmat, penelitian deskriptif dapat digunakan untuk maksud :

- (1) Mengumpulkan informasi actual secara rinci dan melukiskan gejala yang ada.
  - (2) Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
  - (3) Mengamati apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.
- ( Rakhmat, 2007 : 24 ).

Alasan penulis memakai metode deskriptif dengan teknik wawancara meneliti agenda media tayangan *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV. Hal tersebut dikarenakan penelitian ini menggunakan data primernya adalah wawancara, tujuan dari mewawancarai narasumber yaitu untuk mendapatkan jawaban-jawaban mengenai pertanyaan yang di berikan oleh penulis mengenai agenda media tayangan *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV, adapun untuk memperkuat penelitian ini pada pembahasan penulis menggunakan data sekunder yaitu observasi dan tinjauan pustaka.

### 3.2 Teknik Pengumpulan Data

Guna melengkapi data dari penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Cara terbaik untuk mengetahui persepsi, pendapat, tanggapan, atau pemikiran orang lain adalah dengan melakukan wawancara. Seperti diungkapkan Patton (2002:341), tujuan wawancara adalah untuk memungkinkan kita memasuki perspektif orang lain. Wawancara dalam proses penelitian kualitatif dimulai dengan asumsi bahwa

perspektif orang lain bermakna, dapat diketahui, dan dapat dieksplisitkan. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dan menunjang penelitian ini, wawancara dilakukan pada pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun narasumber yang diwawancarai untuk memperkuat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Maulana Dirhamsyah, alasan penulis memilih beliau sebagai narasumber dikarenakan beliau sebagai narator dari acara “*Selayang Pandang*” Metro TV, yang merupakan narasumber penting pada penelitian ini.
- b. Dik-dik Suryantoro, alasan penulis memilih beliau sebagai narasumber dikarenakan beliau merupakan *Script Writer* yang merupakan narasumber penting pada penelitian ini.
- c. Heri Agustiawan, alasan penulis memilih narasumber ini karena beliau merupakan Editor “*Selayang Pandang*” Metro TV yang merupakan narasumber penting pada penelitian ini.

## 2. Obsevasi

Peneliti melakukan pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan penginderaan. Observasi ini secara signifikan dilakukan penulis, dengan menjadikan peneliti sebagai pengamat yang terlibat atau berperan serta, ini merupakan suatu keharusan yang dituntut agar data-data hasil penelitian memiliki derajat kepercayaan yang tinggi, memiliki keterandalan dan dapat dipertanggungjawabkan keilmiahannya.

Observasi ini dilakukan penulis untuk mencari informan-informan, informan adalah sumber informasi (Spradley, 2007 : 35).

### 3. Kepustakaan

Cara untuk memperoleh data-data dengan cara menelaah teori-teori, pendapat-pendapat serta pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam berbagai media cetak, khususnya buku-buku yang relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian.

#### 3.3 Sejarah Singkat Metro TV

Metro TV adalah televisi berita 24 jam pertama di Indonesia yang mulai mengudara pada tanggal 25 November 2000. Metro TV merupakan salah satu anak perusahaan dari *MEDIA GROUP* yang di miliki oleh Surya Paloh. Surya Paloh merintis usahanya di bidang pers sejak mendirikan surat kabar harian *PRIORITAS*, yang dibredel oleh pemerintah pada tanggal 29 Juni 1987 karena dinilai terlalu kontradiksi dengan pemerintah.

Pada tahun 1989, ia mengambil alih *Media Indonesia*, yang kini tercatat sebagai surat kabar dengan oplah terbesar setelah *Kompas* di Indonesia. Oleh karena kemajuan teknologi, Surya Paloh memutuskan untuk membangun sebuah televisi berita mengikuti perkembangan teknologi dari media cetak ke media elektronik. Metro TV bertujuan untuk menyebarkan berita dan Informasi ke seluruh pelosok Indonesia. Selain bermuatan berita, Metro TV juga menayangkan beragam program informasi mengenai kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum, seni dan budaya, dan lainnya lagi guna mencerdaskan

bangsa. Metro TV terdiri dari 60% berita (*news*), yang ditayangkan dalam tiga bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin, di tambah 40% *infotainment* maupun *intertainment* yang bersifat *edukatif*.

Metro TV mulai mengudara pada tanggal 25 November 2000 dengan 12 jam tayang. Dan sejak 1 April 2001 Metro TV sudah mulai mengudara selama 24 jam. Selain secara teresterial, siaran Metro TV dapat ditangkap melalui Cablevision dan Indovision di seluruh Indonesia, melalui satelit palapa 2 ke seluruh Negara-negara ASEAN, termasuk di Hongkong, Cina Selatan, India, Taiwan, Macao, Papua, New Guinea, dan sebagian Australia serta Jepang.

Metro TV melakukan kerjasama dengan beberapa televisi asing yaitu kerjasama dalam pertukaran berita, kerjasama pengembangan tenaga kerja dan banyak lagi. Stasiun televisi tersebut adalah *Channel News Asia (CNA)* Singapura, *Channel 7 Australia*, *Al Jazeera Qatar*, *Voice of America (VOA)*, dan *ABS-CBN* dari Filipina. Dengan kerjasama internasional ini Metro TV berusaha untuk memberikan sumber berita mengenai keadaan dalam negeri yang dapat di percaya dan komprehensif kepada dunia luar dan juga hal ini mendukung Metro TV untuk menjadi cepat, tepat dan cerdas dalam mendapatkan beritanya.

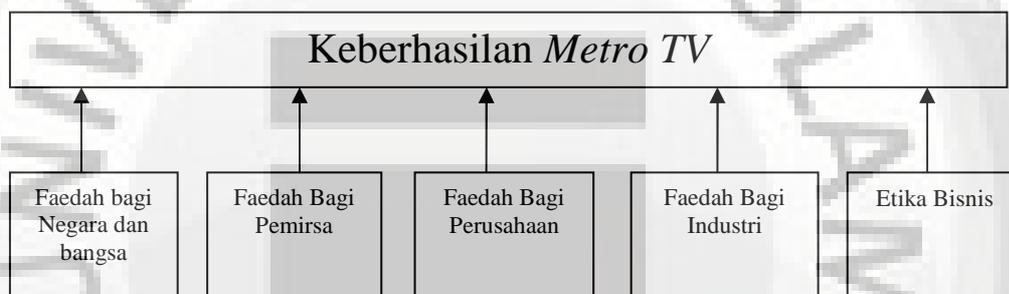
Untuk memberikan kualitas yang maksimal maka Metro TV didesain secara khusus dengan menggunakan teknologi *digital system* yang merupakan teknologi termuktahir dalam dunia pertelevisian.

Metro TV juga memiliki 7 buah *mobile satellite* untuk dapat menayangkan secara *live* kejadian-kejadian yang berlangsung setempat. Peralatan tersebut berupa :

- 6 buah mobil SBG (*Satellite News Gathering*)
- 1 buah mobil ENG (*Electronic News Gathering*)

### 3.4 Filosofi Metro TV

PT. Metro TV Jakarta mempunyai filosofi perusahaan yang dijadikan dasar kebijaksanaan dalam kinerja produksinya. Filosofi ini dianut oleh seluruh karyawan dalam melakukan tugas-tugas mereka. Filosofi ini ditampilkan dalam bagan filosofi *Metro TV* seperti berikut ini :



(Sumber : Humas Metro TV)

**Gambar 3.1**  
**Filosofi Metro TV**

### 3.5 Visi dan Misi Metro TV

**Visi :**

- a. Menjadi TV berita Indonesia yang independen, dan dapat ditangkap tayangannya secara internasional.
- b. Menjadi referensi terpercaya untuk dunia internasional dalam mencari informasi yang akurat mengenai Indonesia.

- c. Menjadi referensi terpercaya untuk penduduk di Indonesia dalam mencari informasi yang akurat mengenai kejadian-kejadian baik luar negeri maupun di dalam negeri.
- d. Menjadi acuan yang terpercaya dapat mempengaruhi pertimbangan-pertimbangan para pengusaha dan pemerintahan secara positif demi kemajuan bangsa dan negara.
- e. Menjadi saluran promosi bagi negara Indonesia dalam bidang pariwisata dan ekonomi.
- f. Menjadi saluran edukatif yang dapat dinikmati bangsa Indonesia dari segala umur dan kalangan.
- g. Menjadi *partners-in-broadcasting* dengan TV lain di mancanegara.

**Misi :**

- a. Menjadi TV berita yang cepat, akurat dan terpercaya dalam menyampaikan beritanya.
- b. Menjadi saluran yang dapat mengembalikan nama baik negara Indonesia di mata dunia luar.
- c. Membantu mengedukasi bangsa Indonesia melalui program-program yang informatif dan aktual, baik dalam bidang politik, budaya, hukum, intelektual, dan moral.
- d. Membantu negara untuk mensosialisasikan kebijakan-kebijakannya, membantu untuk menstabilkan keadaan dalam negeri, menambah

kepercayaan dari luar negeri dan membantu memulihkan keadaan ekonomi pasca masa resesi.

### 3.6 Logo Metro TV



Metro TV hadir dengan lambang burung elang berkepala putih, suatu lambang kejayaan dan kekuatan dalam menganalisis suatu fakta. Burung elang bukanlah sekedar gambar dalam sebuah logo. Filosofi burung elang menjiwai setiap langkah dan denyut nadi Metro TV. Burung elang menunjukkan siapa sebenarnya Metro TV. Hanya burung Elang yang memiliki kemampuan terbang jauh melebihi kemampuan burung-burung lainnya. Kalau burung lain hanya bisa terbang ribuan kaki. Maka Elang bisa melebihi 10,000 kaki. Seperti halnya Metro TV, Metro TV adalah stasiun TV yang 'lain dari yang lain'.

Di saat televisi-televisi lain berlomba-lomba untuk menyuguhkan janji surga lewat sejumlah acara yang tidak mendidik demi mengejar rating agar pundi-pundi uang mengalir deras ke kantung mereka. Maka hanya Metro TV yang tetap Konsisten bertekad untuk mencerdaskan, menginspirasi, memecahkan,

menginformasikan sekaligus menjadi referensi bagi pemirsanya melalui program-programnya yang berkualitas.

Kecepatan terbang si burung Elang, membuat burung Elang selalu menjadi pemimpin di bangsanya. Sama halnya dengan Metro TV yang menjadi PIONEER televisi berita di Indonesia.

Mata elang memiliki sudut penglihatan 300 derajat dan dapat memperbesar bayangan sekitar enam hingga delapan kali. Bahkan elang dapat melihat tanah seluas 30.000 hektar ketika terbang pada ketinggian 4.500 meter. Ia juga dapat dengan mudah melihat seekor kelinci yang bersembunyi di antara sela-sela rumput pada ketinggian 1.500 meter. Sama halnya dengan Metro TV yang dapat melihat jauh ke depan hal-hal yang tidak bisa dilihat oleh stasiun televisi lainnya di Indonesia (visioner). Ketajaman mata Elang yang dimiliki oleh Metro TV mampu membuatnya dapat menangkap current issue dengan objektif dan rasional.

Bentuk tubuh Elang yang kokoh dengan sorot mata yang tajam, terlihat elegan dibandingkan burung-burung lainnya. Begitu pun Metro TV yang selalu terlihat elegan dan berkelas dibandingkan televisi. lainnya.

Kelebaran sayap Elang mencapai antara 1,5 m - 1,7 m. Bulu-bulunya juga tersusun rapih, tebal dan kuat. Maka bisa dibayangkan ketika Elang terbang, rentangan sayapnya akan terlihat sangat lebar. Begitu juga Metro TV, sayapnya yang lebar menaungi semua kalangan dalam Pluralisme.

Elang Perkasa selalu terlihat gagah dan percaya diri di manapun ia berpijak. Tidak pernah terlihat elang bertengger sambil celingak-celinguk seperti

yang dilakukan ayam. Ini menggambarkan Metro TV menjunjung tinggi IDEALISME. Metro TV percaya kepeduliannya yang tinggi kepada nasib bangsa Indonesia, *global warming*, pencapaian MDG (Tujuan Pembangunan Millenium), masyarakat dan lain-lainnya adalah lebih penting dari nilai materi apapun.

Satu lagi karakteristik hebat dari Elang, yaitu kemampuannya hidup di iklim yang dingin bahkan sangat dingin. Ia tidak perlu bermigrasi ke daerah iklim hangat pada waktu musim dingin. Dengan ketebalan bulu yang ia punyai, ia dapat menyesuaikan diri dalam keadaan iklim apapun. Hal ini mengilhami Metro TV untuk terus mengikuti perkembangan zaman (modern).

Elang selalu mampu mengambil kesempatan di dalam lingkungan apapun. Ia mampu terbang cepat dengan memanfaatkan angin dingin yang mengarah ke bawah dan ia mampu terbang tinggi dengan memanfaatkan angin hangat dari arah bawah ke atas. Kecepatan terbangnya yang luar biasa didukung dengan kemampuannya terbang tinggi melebihi burung-burung lainnya membuat elang suka mengembara, bermigrasi ke tempat yang jauh. Namun tidak untuk menetap, dia akan kembali ke tanah kelahirannya. Tidak seperti fauna yang lain, Elang hidup bersama dengan satu pasangannya sampai akhir hayat.

Sebagai bagian dari warga dunia, Metro TV berusaha untuk menyajikan program-program berwawasan internasional, tanpa meninggalkan nilai-nilai nasionalisme yang mengakar kuat dalam jiwa Metro TV. Bahkan Metro TV ikut andil dalam memajukan demokrasi di Indonesia.

Filosofi Burung Elang yang menjiwai gerak langkah Metro TV bukanlah hanya sekedar slogan yang manis di mulut. Selama hampir sepuluh tahun

perjalanan, Metro TV dengan didukung oleh tim yang *smart*, berkualitas dan tangguh, telah membuktikan kepada dunia lewat rangkaian program-program *on air* dan *off airnya* yang berkualitas, berbeda dan elegan. Hal ini semakin menguatkan citra '*brand*' Metro TV di mata masyarakat Indonesia dan dunia.

### 3.7 Profil Metro TV ( PT. MEDIA TELEVISI INDONESIA )

#### 3.7.1 Profil Metro TV

Adapun profil Metro TV adalah sebagai berikut :

Nomor Lisensi : 800/MP/PM/1999

Tanggal Penganangan : 25 Oktober 1999

Disahkan Oleh : Menteri Penerangan RI

#### 3.7.2 Direksi Utama

1. CEO/ Presiden Media Grup : Surya Paloh
2. Presiden Direktur : Wisnu Hadi
3. Presiden Commissioner : Djafar Husinn Assegaf
4. Commissioner : Prahastoeti Adhitama
5. Wakil Presiden Direktur : Suryopratomo
6. Direktur sales dan marketing : Lestari Luhur
7. Direktur Keuangan dan adm : Ana Widjaja
8. Direktur Teknik : John Balonso
9. Editor in Chief : Elaman Saragih

Alamat *Metro TV* : Jl. Pilar Mas Raya Kav A-D  
Kedoya, Kebon Jeruk Jakarta 11520,  
Indonesia.

Telepon : (021) 583 000 77

Fax : (021) 583 000 66

### 3.8 Keunggulan *Metro TV*

1. Satu-satunya stasiun televisi di Indonesia yang menyajikan berita-berita yang cepat, terpercaya, tepat, dan independen.
2. Waktu siaran 24 jam non-stop.
3. Memiliki kemampuan untuk menayangkan Breaking News serta up-datingnya setiap saat.
4. Sinergi dengan Media Indonesia Grup.
5. Memiliki studio di Bursa Efek Jakarta.
6. Reporter yang selalu siap di MPR/DPR, Komdak, Istana Merdeka, serta perwakilan dalam dan luar negeri.
7. Menggunakan sistem digital, *satelite news gathering* (4 SNG) dan teknologi virtual yang digunakan dalam *set news program*.
8. Fleksibel waktu menonton bagi pemirsa.
  - a. *Headline*
  - b. *Basket / capsule system*
  - c. *Micro system*
  - d. *Breaking news*

e. *Live event*

9. Jangkauan ataupun frekuensi lebih tinggi.
10. Komitmen iklan sebatas 20% dari setiap program, agar iklan yang ditayangkan lebih dapat reaksi positif dari penonton.

### 3.9 Target Audience

**Target Audience Metro TV adalah :**

No	Stasiun TV Lain	Metro TV
1	<i>Me- too product : 90% Entertainment 10% News</i>	Berita/informasi : 60% <i>hard news</i> 40% <i>entertainment</i>
2	<i>Sign on-sign off</i>	<i>24 hours</i>
3	<i>15-25% in house production</i>	<i>75-85% in house production</i>
4	<i>Target audience : all segment</i>	<i>Target audience = segmented M/F, AB, 20+</i>

Sumber : Puslahta, 2011

#### Keterangan :

M/F : Male / female : Pria / Wanita

20+ : Umur di atas 20 Tahun

*Segment* : Segmentasi dari pemirsa yang bisa dipilah-pilah berdasarkan berbagai kategori seperti jenis kelamin, umur, domisili, *expenditure*.

*Expenditure* : Besarnya pengeluaran rata-rata perbulan oleh tiap individu untuk memenuhi kebutuhannya dan tidak termasuk tabungan.

### 3.10 Target Metro TV

1. Menjadi stasiun televisi berita pertama yang terpercaya dalam penyampaian berita di Indonesia dan menjadi saluran yang dapat mengendalikan nama baik negara Indonesia di mata dunia luar.

## 2. *Target coverage* Metro TV

Metro TV tetap melakukan ekspansi supaya dapat di terima di seluruh kabupaten di Indonesia.

## 3. Target Produksi

- a. Mengembangkan program-program baru dengan mengutamakan *in house production*.
- b. *Online picture/Live News* dari seluruh pelosok nusantara dan internasional.
- c. Mendirikan mini studio di beberapa kota padat berita, seperti : Surabaya (Jawa Timur), Medan (Sumatera Utara), Manado (Sulawesi Utara) Dll.

### 3.11 Konsep Program Metro TV

1. Perencanaan pola program Metro TV di dasari beberapa hasil riset. Kegunaannya adalah untuk mendapatkan *audience* sebanyak mungkin dan semajemuk mungkin pada setiap kurun waktu tertentu, agar dapat menarik pemasang iklan.
2. Banyaknya *audience* per program setiap harinya dipantau oleh sebuah perusahaan konsultan internasional yang khusus mengadakan pemantauan dalam bentuk rating untuk dunia pertelevisian. Dengan demikian dapat diketahui banyaknya pemirsa yang menonton pada setiap program di Metro TV maupun di TV lainnya (kompetitor).

3. Pembagian banyaknya program muatan berita (*news*) dan *entertainment (non news)* adalah :
- a. Untuk hari senin s/d Jumat (hari kerja) : 60% news : 40% non-news
  - b. Untuk hari sabtu dan minggu (weekend) : 40% news : 60% non-news

### 3.11.1 Sinopsis Beberapa Program

#### 1. *Headline News*

Rangkuman berita utama yang ditayangkan setiap jam. Perkembangan berita mutakhir dari dalam dan luar negeri, disajikan secara padat dengan durasi 5 sampai 8 menit

#### 2. *Breaking News*

Metro TV akan menayangkan berita mengenai suatu kejadian yang bersifat sangat *urgent* untuk diketahui masyarakat setiap waktu.

#### 3. *Interval*

*Updating* atau informasi tambahan (pembahasan oleh para pakar, dll) dari sebuah *Breaking News*.

#### 4. Informasi DLLAJ

Selain itu, setiap pagi, Metro TV menayangkan informasi lalu lintas secara *visual* dari setiap titik keramaian ibu kota.

#### 5. **Metro Pagi**

Program yang menemani awal hari pemirsa dengan berita-berita hangat dan aktual yang terjadi kemarin malam sampai dini hari.

## 6. Metro Siang

Program yang menemani setiap siang pemirsa dengan berita-berita hangat dan aktual, plus segmen *Lunch Break* (wawancara eksklusif dengan tokoh nasional)

## 7. Metro This Morning

Program berita berbahasa Inggris informasi terbaru dari dalam dan luar negeri bagi masyarakat pengguna bahasa Inggris atau peminat bahasa Inggris

## 8. Market Review

Program yang berisi aktual dari lantai bursa dan valuta. Disajikan secara *live interactive* dari studio mini di Bursa Efek Jakarta.

## 9. Metropolitan

Program berita aktual yang terfokus pada informasi dan kejadian di kota Jakarta meliputi : liputan kriminalitas, kejahatan kerah putih, dan peristiwa khas kota Jakarta.

## 10. Metro Xin Wen

Program berita setengah jam yang disajikan dalam bahasa Mandarin dan lengkap dengan informasi yang berhubungan dengan komunitas tionghoa, seperti berita bisnis, ekonomi, sosial, dan budaya.

## 11. Bisnis Hari ini

Program aktual mengenai informasi dan bisnis dalam kegiatan ekonomi secara makro yang menampilkan performa bisnis yang terfokus pada *corporate news*.

**12. Metro Hari ini**

Rangkuman berita-berita hangat aktual yang terjadi hari ini. Di sajikan penuh selama satu setengah jam, termasuk berita tentang politik, hukum, pendidikan, lingkungan, olahraga, budaya dan *human interest*, olahraga, disertai wawancara *eksklusif* dengan narasumber.

**13. Metro Malam**

Program yang menemani saat istirahat pemirsa dengan berita aktual yang telah diperbaharui sesuai perkembangan.

**14. Metro Selayang Pandang**

Program *in-depth news* yang berisi kajian mendalam dan *investifative* tentang suatu kasus aktual yang sedang hangat dibicarakan masyarakat luas.

**15. Metro Sport**

Program khusus olahraga internasional maupun lokal termasuk hasil-hasil pertandingan, informasi menarik lainnya seputar olahraga dan wawancara eksklusif dengan atlet olahraga.

**16. Bincang Pagi**

*Talkshow* interaktif di pagi hari yang membahas masalah-masalah yang sedang dibicarakan luas di masyarakat.

**17. Editorial Media Indonesia**

Dialog interaktif di pagi hari yang berisikan debat opini tokoh-tokoh penting mengenai topik editorial harian media Indonesia.

**18. *Parliament Watch***

Berbagai pemikiran dan kritik dibahas dalam program ini bersama para pakar politik dan hukum tata Negara, dipandu oleh Denny JA, untuk memperbaiki lembaga parlemen

**19. *Today's dialogue***

*Talk Show Live* interaktif berdurasi 1 jam yang menyajikan bahasan politik, ekonomi, sosial, budaya yang paling hangat dibicarakan. Irian piano turut memeriahkan suasana dialog sekaligus mencairkan ketegangan.

**20. *Famous on Friday***

Dialog *entertaining* menghadirkan *public figure* yang sedang menjadi sorotan. Program ini dirancang unik dan menarik dalam empat kemasan yang berbeda setiap minggunya : *Famous to famous*, *Celebrities Night*, *Versus*.

**21. *The Plaza***

Program *Talkshow* satu jam tentang *lifestyle*, fasion, serta tips pergaulan yang dipandu oleh Becky Tumewu. Disiarkan langsung dari Café La Moda, Plaza Indonesia, dan menyajikan *variety show* bersama-sama artis-artis terkenal.

**22. *Perempuan***

Program menarik berdurasi satu jam yang memberikan informasi tuntas khas wanita serta info pemberdayaan wanita dengan *tips* berguna untuk wanita.

### **23. *Beauty & Style***

Program *lifestyle* yang *entertaining* untuk wanita aktif masa kini dengan segmen-segmen menarik : *fasion*, *make-up* dan *dress-up*, yang dapat menginspirasi wanita mengenai *trend* mode saat ini.

### **24. *E- Lifestyle***

Informasi mengenai dunia teknologi informasi dan gaya hidup komunikasi *virtual* yang sedang melanda dunia saat ini, dipandu oleh pakar multimedia Roy Suryo.

### **25. *Berpacu dalam Melodi***

Kuis akhir pecan yang menguji kemampuan mengenai music dan lagu, dipandu oleh penyanyi kawakan Koes Hendratmo dan dimeriahkan oleh bintang tamu penyanyi *favorit* pemirsa.

### **26. *Money Talks***

*Talkshow interaktif* yang menyajikan tips, pengalaman, dan informasi mengenai kemudahan pemakaian kartu kredit.

### **27. *Hong Shui***

*Talkshow* yang mengulas penerapan feng shui untuk menata rumah, kantor, dan lingkungan, serta pengaruhnya dalam kehidupan sehari-hari.

## **3.12 Program Selayang Pandang Metro TV**

Program tayangan selayang pandang di Metro TV adalah *in-depth news* yang berisi kajian mendalam dan *investifative* tentang suatu kasus aktual yang

sedang hangat dibicarakan masyarakat luas. Program tersebut sebagai bentuk agenda media Metro TV yang secara khusus membahas berita-berita mengenai fenomena-fenomena yang hangat dibicarakan oleh masyarakat. Acara tersebut biasanya ditayangkan di jam-jam tertentu yang lebih difokuskan terhadap jam pada saat masyarakat selesai beraktivitas baik aktivitas kerja, sekolah, kuliah dan lain sebagainya. Sehingga program itu sendiri dikhususkan untuk masyarakat yang sering membicarakan kasus-kasus yang sedang menjadi *tranding topic* salah satunya adalah fenomena Cabe-cabean.

Fenomena kasus *Cabe-cabean* yang ditayangkan di selayang pandang Metro TV mendapat perhatian lebih dari masyarakat sebagai penontonnya, menjadi sesuatu hal yang paling menarik untuk diteliti karena hal tersebut menciptakan efek yang membuat dari berbagai kalangan *audience* menonton tayangan tersebut. Di mana tayangan fenomena seperti *Cabe-cabean* tidak menjadi sesuatu hal yang biasa bagi Metro TV.

Dari sinilah bisa melihat betapa sebuah media mampu untuk memberitakan berbagai macam kasus fenomena sekalipun stasiun TV tersebut mempunyai segmentasi diluar konteks pemberitaan mengenai kasus *Cabe-cabean* itu sendiri. Hal tersebut menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk diteliti. Karena acara selayang pandang Metro TV yang mengulas fenomena *Cabe-cabean* bisa menggiring *audience* untuk terus mengikuti perkembangannya. Massa yang heterogen inilah yang menjadi sarannya. Tentu saja dengan berbagai tujuan khusus yang dimaksudkan untuk semua kalangan. Khusus untuk penonton berita

mengenai fenomena yang terjadi di mata masyarakat sendiri bisa menghasilkan sebuah inovasi atau pun adopsi.

