

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Temuan Penelitian

Dalam mendeskripsikan agenda media pada tayangan di acara televisi, peneliti telah menemukan data yang sesuai dengan objek penelitian yang akan diteliti. Di mana hal utama dari penelitian ini adalah bagaimana agenda media pada tayangan *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV. Dalam hal ini, program acara Metro TV telah membahas tentang sebuah fenomena *Cabe-cabean* yang melanggar aturan lalu-lintas, serta fenomena *Cabe-cabean* yang dianggap pekerja seks komersil (PSK) di bawah umur yang sekarang menjadi *tranding topic* di mata masyarakat.

Cabe-cabean itu sendiri adalah istilah yang dipakai pada gadis-gadis belia (ABG) usia SMP dan SMA yang terlibat dalam pergaulan malam terutama di seputar balapan liar jalanan. Kehadirannya selain menambah semarak balapan yang memicu adrenalin para pria remaja, konon juga kerap dijadikan “*bahan*” taruhan. Ketika pertarungan uang telah menjadi hal biasa, maka perlombaan demi mendapatkan “*hadiah*” yang ini, akan mendorong seseorang untuk menguji nyalinya.

Perempuan belia dan seksi ini memang beda apabila dibandingkan remaja umumnya. *Cabe-cabean* ini memang tertarik dan suka berkerumun pada balapan liar. Ada pula yang bermotif mencari lelaki jago balap dengan motor keren. Atau, sekadar mencari hiburan di malam hari di tempat-tempat mereka diterima dan

dianggap dewasa. Tempat-tempat favorit *Cabe-cabean* tentu saja di pinggir jalan tempat balap liar malam hari kerap berlangsung atau tempat nongkrong anak-anak motor, serta bengkel-bengkel modifikasi motor. Tampilan favorit *Cabe-cabean*, mudah ditandai dengan atribut baju seksi dan celana pendek. Aksi merokok sering kali menemani mereka menghabiskan malam yang panjang itu.

Fenomena yang sedang terjadi pada gadis-gadis muda *Cabe-cabean* ini untuk menunjukkan bahwa mereka ada di sebuah kelompok. Semakin mereka menunjukkan keberadaannya, semakin mereka dianggap hebat. Para remaja tersebut melakukan tindakan kreatif yang keliru. Usia para ABG ini, masuk dalam fase perkembangan. Dalam fase ini, para remaja cenderung melakukan pencarian identitas dengan emosi yang meledak-ledak. Pola asuh orangtua yang permisif (longgar), turut menyuburkan fenomena ini. “*Pengawasan*” orangtua yang longgar membuat anak semakin leluasa dalam bergaul. Kebebasan yang dimiliki oleh seorang anak pun sering berujung pada berbagai perilaku yang melanggar aturan dan norma-norma yang berlaku

Yang menjadi permasalahan di sini adalah cabe-cabean selain melakukan pelanggaran lalu-lintas di mana mereka sering dibonceng dengan 3 atau 4 orang, fenomena *Cabe-cabean* juga sering dianggap pekerja seks komersil (PSK) di bawah umur. Berita kasus cabe-cabean yang ditayangkan oleh Metro TV menjadi tayangan yang paling favorit untuk ditonton oleh kalangan masyarakat. Hal tersebut dikarenakan acara “*Selayang Pandang*” di Metro TV tidak biasa menayangkan fenomena demikian. Biasanya MetroTV menayangkan berita *Hard*

New mengenai berita politik, budaya, ekonomi, dan lain sebagainya yang lebih menginformasikan berita yang serius.

Dengan adanya kasus *Cabe-cabean* yang ditayangkan di Metro TV, 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 sebuah media televisi 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 akan diteliti. Karena acara selayang pandang Metro TV yang mengulas fenomena *Cabe-cabean* bisa menggiring *audience* untuk terus mengikuti perkembangannya

Kasus *Cabe-cabean* ini bisa dikatakan memberikan sebuah peringatan bagi masyarakat secara luas mengenai cabe-cabean yang sering melanggar lalu lintas. Sehingga dari kasus tersebut menjadi pembentukan *public opinion* oleh media. Ini seperti yang dilakukan media-media saat ini dalam menyajikan informasi-informasi yang menjadikan kasus cabe-cabean sebagai nilai jual utama dalam berita. Teori yang digunakan dalam permasalahan penelitian ini adalah *agenda setting* dari Severin dan Tankard di mana pada teori *agenda setting* yang akan digunakan yaitu agenda media yang berupa, *visibility* (visibilitas), *audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak) serta *valence* (valensi).

Berdasarkan temuan tersebut, peneliti akan mendeskripsikan agenda media televisi Metro TV terhadap maraknya pemberitaan kasus *Cabe-cabe*, dengan tujuan untuk mengetahui apakah agenda media Metro TV pada televisi memberikan pengaruh dan dampak terhadap khalayak sebagai penontonnya karena pada dasarnya Metro TV dikenal dengan berita yang mengandung fenomena yang serius mengenai politik, ekonomi, dan budaya yang tidak pernah memberitakan seperti *Cabe-cabe*.

Setelah mendeskripsikan fenomena *Cabe-cabe* yang ditayangkan di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV tersebut, peneliti akan merepresentasikan sejauhmana agenda media yang diterapkan oleh Metro TV pada saat menayangkan *Cabe-cabe* tersebut. Adapun temuan tersebut akan dianalisis berdasarkan konsep agenda media dari Severin dan Tankard, maka dari itu analisis agenda media pada tayangan *cabe-cabe* di acara sudut pandang Metro TV bisa dilihat di bawah ini :

1. *Visibility*, pada *visibility* peneliti akan mendeskripsikan mengenai jumlah dan tingkat penayangan berita *cabe-cabe* di acara *selayang pandang* Metro TV. Dalam hal ini, *visibility* (visibilitas) bisa diukur dari pembuatan secara intensitas penayangan, frekuensi dan durasi penayangan berita *cabe-cabe* di Metro TV tersebut. Adapun beberapa indikator yang terdapat pada *visibility* (visibilitas) yang akan direpresentasikan di antaranya adalah :

a. Frekuensi jumlah pembuatan tayangan acara *Cabe-cabean* Metro TV yang diukur berdasarkan tayangan setiap edisi dan tanggal penayangan.

b. Pembuatan durasi tayangan *Cabe-cabean* dari Metro TV yaitu pengukuran durasi tayangan yang memberitakan *Cabe-cabean* di acara selang pandang Metro TV yang ditandai dengan berapa jam, menit program acara tersebut dibuat dan diberitakan kepada khalayak sebagai penontonnya.

2. *Audience salience*, pada poin ke dua, peneliti akan mendeskripsikan mengenai penciptaan isi pesan dalam sebuah berita yang menggambarkan atau memvisualisasikan bahasa melalui media televisi yang akan disampaikan kepada khalayak, biasanya isi pesan acara melalui televisi tersebut menjadi kebutuhan khalayak sebagai penontonnya. Kebutuhan isi pesan berita televisi didalamnya terdapat hubungan logis dalam alur acara, irama dramatik, misi dan orientasi, karakter tokoh/artis/peserta nyanyi dan tema berita acara *Cabe-cabean* di Metro TV Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti merumuskan indikator *audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak) yaitu :

a. Misi dan orientasi, yaitu pesan moral untuk pemirsa yang ada dalam kehidupan masyarakat sehari-hari dengan tujuan menanamkan suatu ide pada penonton dan mempengaruhi penonton.

- b. karakter tokoh pada acara televisi, yaitu pemeran tokoh yang bertujuan untuk menyampaikan pesan moral dalam acara televisi.
 - c. Tema yang aktual dan konstektual, yaitu kejadian-kejadian nyata atau fakta yang dipaparkan sebagai permasalahan dengan adegan-adegan yang terbuka untuk ditafsirkan, disoroti dan didiskusikan.
3. *Valence*, pada poin ketiga, peneliti akan mendeskripsikan mengenai sejauhmana pembuatan *visualisasi* Metro TV dalam acara “*Selayang Pandang*” yang mengulas fenomena *Cabe-cabean*, apakah acara fenomena *Cabe-cabean* yang ditayangkan menjadi sebuah peristiwa berita yang dapat diterima oleh khalayak sebagai penontonnya. *Valence* (valensi) (*audio visual*) adalah suatu kemampuan tayangan untuk mendapatkan perhatian dari khalayak sehingga pada akhirnya dapat mempengaruhi sikap khalayak. “*Valence* (Valensi) tayangan meliputi *visualisasi* tayangan, penyajian musik (*sountreck*), *setting*/lokasi, penampilan tokoh secara fisik. Dalam hal membahas sebuah program acara *valence* (valensi) tersebut dibagi kepada 3 bagian yang di antaranya adalah :
- a. Pembuatan *visualisasi* pada tayangan yang menyangkut aspek artistik, orisinalitas, penggunaan bahasa dalam program acara televisi dan simbol-simbol yang tepat, penataan artistik seperti cahaya, *screen-directing* dan *art-directing* fotografi yang bagus, penampilan sajian dramatik yang harmonis, ada nya unsur *suspense* dan *teaser*.

- b. Latar musik/penyajian musik, yaitu irama musik untuk mendukung penyampaian alur dramatik yang harmonis dari berita.
- c. Narasumber, tokoh, model (fisik) yang ditampilkan dalam program acara berita, yaitu penampilan narasumber, tokoh secara fisik yang terlihat dari wajah yang sempurna, busana dan tata *make-up* yang digunakan oleh tokoh tersebut.

Pada bab IV penemuan penelitian ini, peneliti membahas hasil penelitian dan analisis atau pembahasannya berdasarkan data-data yang diperoleh baik data primer dan data sekunder. Data primer penelitian, berasal dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap sebanyak 3 orang sebagai *key informant*. Data tersebut merupakan data pokok, di mana analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder yang didapat dari hasil observasi di lapangan. Serta beberapa sumber pustaka untuk memperkuat dan memperdalam hasil analisis.

Pada temuan penelitian ini, penulis akan membahas mengenai hasil dan pembahasan penelitian untuk mengetahui. Agenda media pada tayangan *Cabe-cabe* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV”. Data primer hasil wawancara berpedoman kepada format wawancara yang telah disusun sebelumnya. Kemudian melakukan pengamatan langsung sebagai metode penelitian utama untuk membahas data yang telah diperoleh. Wawancara dalam penelitian ini, menggunakan 3 (tiga) orang narasumber sebagai *key informant*. Adapun narasumber yang diwawancarai dilakukan terhadap 3 (tiga) narasumber, terkait dengan pembuatan agenda media pada tayangan *Cabe-cabe* di acara “*Selayang*

Pandang” Metro TV. Pertama dari narator, ke dua *Script Writer*, ketiga dari Editor *Selayang Pandang* Metro TV. Agar lebih jelasnya berikut di bawah ini narasumber yang diwawancarai untuk memperkuat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. 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.
2. Dik-dik Suryantoro, alasan penulis memilih beliau sebagai narasumber dikarenakan beliau merupakan *Script Writer* yang merupakan narasumber penting pada penelitian ini.
3. Heri Agustiawan, alasan penulis memilih narasumber ini karena beliau merupakan Editor “*Selayang Pandang*” Metro TV yang merupakan narasumber penting pada penelitian ini.

Data hasil wawancara dengan 3 (tiga) narasumber tersebut, merupakan data pokok yang analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti akan mendeskripsikan hasil penelitian mengenai, bagaimana *visibility* dari agenda media pada tayangan *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV, bagaimana *audience salience* dari agenda media pada tayangan *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV, bagaimana *valence* dari agenda media pada tayangan *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV.

4.2 Analisis Penelitian

Setelah peneliti mengumpulkan temuan data dari agenda media yang diciptakan oleh Metro TV yang lebih mewakili agenda media pada tayangan *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV, maka temuan data tersebut akan dianalisis lebih rinci sesuai dengan konsep agenda media dari Severin dan Tankard. Pendeskripsian dari konsep Severin dan Tankard yang akan dibahas ini terdiri dari 3 tahap yaitu :

Visibility, di mana peneliti akan mendeskripsikan mengenai jumlah dan tingkat penayangan berita *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV. *Audience salience*, pada poin kedua, peneliti akan mendeskripsikan mengenai penciptaan isi pesan dalam sebuah berita yang menggambarkan atau memvisualisasikan bahasa melalui media televisi yang akan disampaikan kepada khalayak. *Valence*, pada poin ketiga, peneliti akan mendeskripsikan mengenai sejauhmana pembuatan *visualisasi* Metro TV dalam acara “*Selayang Pandang*” yang mengulas fenomena *Cabe-cabean*, apakah acara fenomena *Cabe-cabean* yang ditayangkan menjadi sebuah peristiwa berita yang dapat diterima oleh khalayak sebagai penontonnya. Agar lebih jelasnya berikut di bawah ini.

4.2.1 *Visibility* Agenda Media pada Tayangan *Cabe-cabean* “*Selayang Pandang*” Metro TV

Visibility yang akan direpresentasikan pada analisis penelitian ini yaitu jumlah dan tingkat penayangan berita *cabe-cabean* yang dibuat oleh Metro TV pada program acara “*Selayang Pandang*”. Adapun *visibility* (visibilitas) yang

akan dianalisis yaitu intensitas penayangan, frekuensi dan durasi penayangan berita cabe-cabean di Metro TV.

Secara singkat konsep *visibility* (visibilitas) pada agenda media ini mengulas mengenai intensitas penayangan yang diciptakan oleh Metro TV dalam memberitakan fenomena *Cabe-cabean* yang pada dasarnya tidak sama dengan penciptaan berita *hard news*, selain itu frekuensi dan durasi yang diciptakan Metro TV dalam memberitakan *Cabe-cabean* dibedakan dengan pemberitaan *hard news*. Pada tahap pembuatan frekuensi yaitu jumlah pembuatan tayangan acara *Cabe-cabean* Metro TV yang diukur berdasarkan tayangan setiap edisi dan tanggal penayangan tidak sama dengan penciptaan berita seperti *Headline News* yang dibuat berdasarkan rangkuman berita utama yang ditayangkan setiap jam. Perkembangan berita mutakhir dari dalam dan luar negeri, disajikan secara padat dengan durasi 5 sampai 8 menit.

Breaking News berita yang dibuat mengenai suatu kejadian yang bersifat sangat *urgent* untuk diketahui masyarakat setiap waktu. Frekuensi Interval di mana pembuatannya secara *updating* atau informasi tambahan (pembahasan oleh para pakar, dan lain-lain) dari sebuah *Breaking News*.

Sementara pembuatan frekuensi tayangan *Cabe-cabean* yang diputar pada acara "*Selayang Pandang*" dibedakan karena berita tersebut sebagai berita yang mempunyai fenomena menarik bagi masyarakat sebagai khalayak penontonnya. Perbedaan frekuensi tayangan *Cabe-cabean* dengan berita lain karena tayangan itu sendiri memang sedang menjadi *tranding topic* di mata masyarakat sehingga untuk menambah kualitas khalayak menonton berita Metro TV frekuensi *Cabe-*

cabean di selayang pandang dibedakan dengan tujuan khalayak penonton bisa beropini bahwa Metro TV sebagai salah satu media yang bukan hanya memberitakan isu-isu politik, ekonomi, budaya saja melainkan Metro TV juga menciptakan berita mengenai fenomena yang terjadi pada saat ini di mana masyarakat sering membicarakannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Dik-dik Suryantoro, sebagai *script writer* “*Selayang Pandang*” Metro TV mengatakan bahwa :

Frekuensi jumlah pembuatan tayangan acara *Cabe-cabean* di “*Selayang Pandang*” Metro TV itu memang sudah diukur berdasarkan tayangan setiap edisi dan tanggal penayangan. Artinya tayangan *cabe-cabean* itu frekuensinya dikhususkan berdasarkan kehangatan fenomena yang sering dibicarakan oleh masyarakat. Jika frekuensi acara *Cabe-cabean* yang diciptakan oleh Metro TV itu sendiri pada Tanggal 18-19-20 Januari 2014 edisi satu, dua, dan tiga di mana pada tanggal tersebut adalah tanggal yang tepat karena masyarakat sering membicarakan fenomena *Cabe-cabean*.¹

Kutipan wawancara tersebut dapat dijelaskan bahwa jumlah frekuensi dalam pembuatan acara *Cabe-cabean* dalam program “*Selayang Pandang*” Metro TV telah diukur berdasarkan edisi dan tanggal penayangan. Frekuensi tayangan *Cabe-cabean* dikhususkan berdasarkan kehangatan fenomena yang sering dibicarakan oleh masyarakat. Di mana frekuensi pembuatan tayangan tersebut pada tanggal 18-19-20 Januari 2014 edisi satu, dua, dan tiga yang pada tanggal tersebut masyarakat sering membicarakan fenomena *Cabe-cabean*.

Sementara dalam wawancara lain Maulana Dirhamsyah di ruang Metro TV Tanggal 28 April 2014, mengatakan “Frekuensi acara selayang pandang yang mengulas mengenai *Cabe-cabean* memang sudah dibedakan atau dikhususkan

¹ Wawancara dengan Dik-dik Suryantoro, sebagai *script writer* selayang pandang Metro TV Tanggal 25 April 2014

karena acara tersebut menjadi acara *tranding topic* bagi masyarakat itu sendiri, sehingga dengan banyaknya masyarakat membicarakan fenomena maka frekuensi acara itu lebih dikhususkan”.²

Tayangan *Cabe-cabe* yang ditayangkan di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV mempunyai frekuensi yang berbeda dengan acara lainnya. Hal tersebut dikarenakan tayangannya tidak berkelanjutan seperti program tayangan yang lain, disamping itu frekuensi tayangan *cabe-cabe* lebih dipersingkat episodenya karena tujuan awal dari tayangan tersebut yaitu untuk menciptakan persepsi masyarakat bahwa Metro TV bukan hanya memberitakan mengenai isu-isu politik, ekonomi melainkan isu yang dibicarakan publik-pun menjadi bagian penting untuk diberitakan sehingga khalayak semakin tinggi untuk melihat berita Metro TV karena banyak ragam dari tayangannya.

Perhatian khalayak akan semakin tinggi terhadap sebuah program acara di televisi apabila program acara di televisi memiliki daya tarik, karena yang diperhatikan oleh khalayak penonton adalah sejauh mana kemenarikan sebuah tayangan televisi, jika tayangan tersebut menarik, maka minat khalayak untuk menonton tayangan akan semakin tinggi (Nurudin, 2009:5).

Hal di atas dapat digambarkan bahwa khalayak sebagai penonton acara televisi akan memberikan perhatian yang lebih terhadap sebuah program acara tayangan di televisi apabila tayangan tersebut memiliki daya tarik bagi para khalayak sebagai penontonnya, Kutipan tersebut dapat digambarkan bahwa acara frekuensi tayangan *cabe-cabe* di acara “*Selayang Pandang*” bertujuan untuk menciptakan daya tarik bagi khayalak penontonnya karena Metro TV tidak hanya

² Wawancara dengan Maulana Dirhamsyah sebagai narator *selayang pandang* Metro TV Tanggal 28 April 2014

memberitakan isu-isu yang serius melainkan isu fenomena dalam keseharianpun diberitakan dan dikemas dengan semenarik mungkin. Heri Agustiawan, dalam wawancaranya menambahkan.

Saya pikir frekuensi acara *Cabe-cabean* memang dikhususkan tidak sama seperti halnya segmen dari berita-berita Metro TV yang lainnya. Hal tersebut dikarenakan pertama penayangan cabe-cabean bersifat fenomena yang bisa menghibur masyarakat, kedua acara selayang pandang sebagai bagian dari acara berita fenomena yang bertajuk menghibur dengan kemasan berita ringan, *future*, *human interest* yang tidak mengandung berita yang berat-berat. Hal itu yang menjadi frekuensi tayangan cabe-cabean di selayang pandang berbeda dengan berita acara Metro yang lainnya.³

Kutipan tersebut dapat dijelaskan bahwa frekuensi acara *Cabe-cabean* dikhususkan tidak sama seperti halnya segmen dari berita-berita Metro TV yang lainnya. Hal tersebut dikarenakan penayangan *Cabe-cabean* bersifat fenomena yang bisa menghibur masyarakat, "*Selayang Pandang*" sebagai bagian dari acara berita fenomena yang bertajuk menghibur dengan kemasan berita ringan, *future*, *human interest* yang tidak mengandung berita yang berat-berat.

Sementara, pembuatan durasi tayangan *Cabe-cabean* dari Metro TV ditandai dengan berapa jam, menit program acara tersebut dibuat dan diberitakan kepada khalayak sebagai penontonnya. Dalam hal pembuatan durasi pihak Metro TV lebih mengkhususkan jam, menit tayangan *Cabe-cabean* itu sendiri. Pada tayangan *Cabe-cabean* di "*Selayang Pandang*" durasi pembuatan dibedakan dengan segmentasi dari tayangan berita yang lainnya. Pihak Metro lebih mengkhususkan tayangan dengan durasi waktu yang tidak sama dengan kemasan berita-berita lainnya. Hal tersebut dibenarkan oleh Dik-dik Suryantoro, sebagai

³ Wawancara Heri Agustiawan, Editor *Selayang Pandang* Metro TV Tanggal 28 April 2014

script writer selayang pandang Metro TV dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

Durasi “*Selayang Pandang*” yang bertajuk fenomena *Cabe-cabean* memang dibedakan dengan durasi dari segmen berita seperti *breaking news* dan lain-lain yang memerlukan waktu 10 sampai 30 menit, sementara durasi untuk “*Selayang Pandang*” bisa mencapai 60 menit atau 1 jam. Durasi tersebut sengaja diciptakan karena fenomena *Cabe-cabean* sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat. Oleh karena itu jam tayang dari durasi lebih banyak dibandingkan dengan segmen acara yang lainnya, karena pada dasarnya penciptaan durasi panjang tersebut agar masyarakat lebih memilih berita *Cabe-cabean* di Metro TV secara lengkap dibandingkan dengan acara di stasiun TV yang lainnya.⁴

Durasi pada tayangan *Cabe-cabean* yang diciptakan oleh Metro TV pada acara “*Selayang Pandang*” dibedakan dengan acara berita lain. Banyaknya durasi waktu untuk acara selayang pandang bertajuk *Cabe-cabean* dikarenakan fenomena tersebut menjadi fenomena yang sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat, sehingga dengan adanya *tranding topic* di mata masyarakat maka Metro TV memberikan durasi waktu yang lebih banyak untuk acara tersebut yang bertujuan pertama, untuk mendorong masyarakat agar lebih beropini bahwa Metro TV tidak hanya memberitakan berita yang serius melainkan berita fenomena yang ada dimata masyarakatpun diberitakan secara lengkap dan jelas. Kedua banyaknya durasi tayangan *Cabe-cabean* agar masyarakat sebagai khalayak penonton lebih menikmati tontonan *Cabe-cabean* di “*Selayang Pandang*” Metro TV dibandingkan dengan stasiun TV yang lain. Menurut Nurudin dalam bukunya “*Pengantar Komunikasi Massa*” mengatakan bahwa :

Tujuan televisi yaitu untuk menghibur khalayak sebagai penontonnya acara akan ditonton oleh khalayak apabila acara tersebut menarik,

⁴ Wawancara dengan Dik-dik Suryantoro, sebagai *script writer* selayang pandang Metro TV Tanggal 25 April 2014

menghibur, manfaat, serta acara yang sedang ramai dibicarakan. Serta durasi tayangan akan mempengaruhi khalayak untuk menikmati acara yang disajikan, dan apabila semua kebutuhan khalayak sudah terpenuhi maka setiap tayangan di televisi akan banyak diminati oleh masyarakat (Nurudin, 2009 : 74).

Hal di atas dapat dijelaskan tujuan televisi yaitu menciptakan daya tarik bagi khalayak sebagai penontonnya. Khalayak akan menikmati tontonan acara televisi apabila tayangan yang disajikan menarik, selain menarik tayangan acara harus menghibur sehingga setiap acara televisi dapat dinikmati oleh masyarakat sebagai khalayak penontonnya. Khalayak akan menikmati tontonan yang disukai dari setiap acara televisi apabila durasi yang diciptakan televisi lebih panjang. Durasi yang diciptakan oleh Metro TV dari acara “*Selayang Pandang*” yang membahas mengenai fenomena *Cabe-cabean* mempunyai durasi yang berbeda dengan cara berita yang lain. Hal tersebut dikarenakan pihak Metro TV sudah mengetahui bahwa fenomena *Cabe-cabean* sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat. Sehingga dengan itu tujuan penambahan durasi untuk menciptakan animo masyarakat lebih menonton dan menikmati berita fenomena di Metro TV dibandingkan dengan acara di televisi yang lain. Maulana Dirhamsyah di ruang Metro TV Tanggal 28 April 2014, mengatakan “Durasi dari acara “*Selayang Pandang*” yang membahas fenomena *Cabe-cabean* lebih banyak durasinya dibandingkan dengan berita lain. Karena pada dasarnya penciptaan durasi tersebut memang dikhususkan supaya khalayak lebih menikmati acara tersebut”⁵

Panjangnya durasi yang diciptakan oleh Metro TV dalam acara “*Selayang Pandang*” yang membahas fenomena *Cabe-cabean* dikarenakan banyaknya minat

⁵ Wawancara dengan Maulana Dirhamsyah sebagai narator *selayang pandang* Metro TV Tanggal 28 April 2014

masyarakat terhadap realitas *Cabe-cabean*. Dalam hal ini Metro memperpanjang durasi tayangan bertujuan untuk meningkatkan daya tarik penonton terhadap Metro TV itu sendiri sehingga tidak mempersepsikan bahwa Metro TV bukan hanya sekedar menginformasikan berita yang bersifat serius melainkan berita hiburan serta informatif seperti selayang pandang-pun dikemas dengan semenarik mungkin.

Di sini bisa dilihat bahwa penciptaan frekuensi dan durasi dari aspek *visibility* sebagai bentuk karakteristik yang membentuk sebuah media berdasarkan kebutuhan masyarakat. Umum *visibility* menjadikan komunikasi massa seperti tayangan fenomena *Cabe-cabean* di acara "*Selayang Pandang*". Metro TV sebagai penyalur pesan-pesan komunikasi kepada khalayak sebagai penonton sehingga dengan sadar atau tidak sadar khalayak akan terpengaruhi dengan sajian tayangan yang menarik. Aspek *visibility* sebagai bagian dari saluran agenda media yang merupakan penciptaan Metro TV yang bertujuan untuk menarik khalayak untuk menonton acara fenomena *Cabe-cabean* yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat hari ini. John Hartley dalam bukunya "*Communications Cultural dan Media Studies*" mengatakan bahwa :

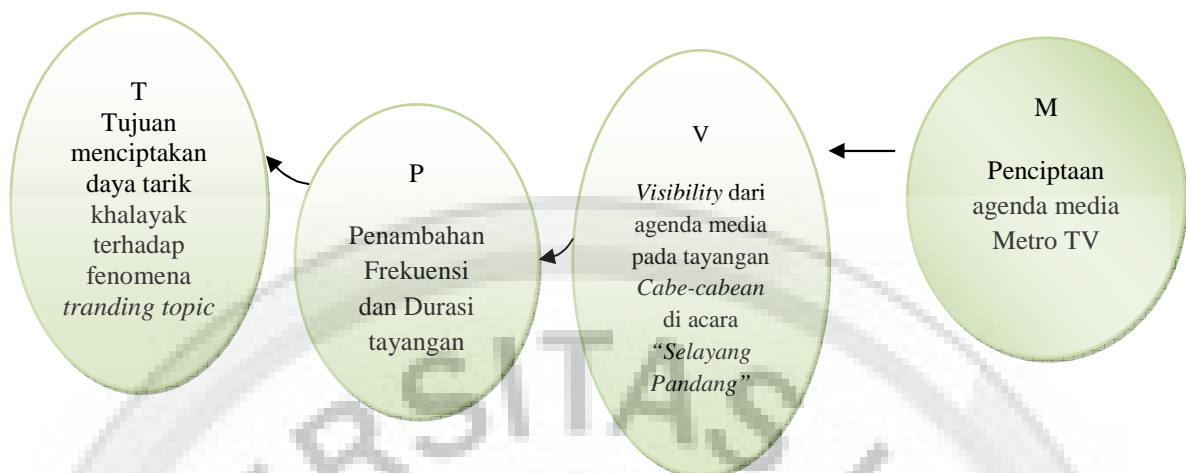
Media televisi menimbulkan keserempakan yang dimaksudkan dengan keserempakan adalah keserempakan kontak dengan khalayak sebagai penontonnya. Televisi dalam hal ini melebihi media cetak, karena yang terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif dalam menciptakan hiburan secara visual agar kebutuhan khalayak terpenuhi dengan keinginan televisi itu sendiri (Hartley, 2010:6).

Dari penjelasan di atas mengenai karakteristik media televisi menimbulkan keserempakan yang dimaksudkan dengan keserempakan adalah keserempakan kontak dengan khalayak sebagai penontonnya. Televisi dalam hal ini melebihi

media cetak, karena yang terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif dalam menciptakan hiburan secara *visual* agar kebutuhan khalayak terpenuhi dengan keinginan televisi itu sendiri.

Visibility pada agenda media yang diciptakan oleh Metro TV pada program “*Selayang Pandang*” yang membahas fenomena *Cabe-caben* yaitu meningkatkan frekuensi tayangan serta menambah durasi tayangan di mana penambahan tersebut sebagai bagian untuk menciptakan khalayak sebagai penonton lebih terhibur dengan berita informatif mengenai fenomena *Cabe-cabe* yang selama ini menjadi *tranding topic* di mata masyarakat. Selain itu tujuan penambahan frekuensi dan durasi oleh Metro TV untuk lebih meningkatkan daya tarik tayangan agar khalayak mempersepsikan bahwa Metro TV selalu memberitakan mengenai fenomena keseharian yang sering dibicarakan masyarakat dengan konsep berita yang menarik, *future*, serta mempunyai sisi *human interest* yang menyentuh perasaan.

Agar lebih jelas untuk merepresentasikan *visibility* dari agenda media pada tayangan *Cabe-cabe* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV, penulis akan menggambarkan hasil dari sumber penelitian ini dengan model proses dari *visibility* agenda media “*Selayang Pandang*” Metro TV untuk lebih jelasnya berikut hasil temuan data di bawah ini.



Sumber : Hasil Data Penelitian Modifikasi dari Peneliti

Keterangan :

M : Penciptaan agenda media Metro TV

V : *Visibility* dari agenda media pada tayangan *Cabe-cabean* di acara "Selayang Pandang" Metro TV

P : Penambahan Frekuensi dan Durasi tayangan

T : Tujuan menciptakan daya tarik khalayak terhadap fenomena *trending topic*

Gambar 4.1

Model Proses *Visibility* Agenda Media Tayangan *Cabe-cabean* di Acara "Selayang Pandang" Metro TV

Meninjau upaya penciptaan *visibility* dari agenda media pada tayangan *Cabe-cabean* di acara "Selayang Pandang" Metro TV di atas dapat diketahui bahwa Metro TV menciptakan frekuensi dan durasi sebagai bentuk *visibility* dari agenda media yang bertujuan untuk menciptakan daya tarik program acara agar khalayak sebagai penonton lebih menikmati tayangan *Cabe-cabean* yang selama ini menjadi *trending topic* di mata masyarakat.

Visibility (Visibilitas) dari agenda media yang diciptakan Metro TV dalam tajuk "Selayang Pandang" yaitu jumlah dan tingkat penayangan fenomena *Cabe-cabean* yang diberitakan. Dalam hal ini, *visibility* (visibilitas) diukur dari

frekuensi dan durasi penayangan berita cabe-cabean di Metro TV tersebut. Pertama adalah frekuensi di mana pada tayangan *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” mempunyai tambahan frekuensi berdasarkan tayangan setiap edisi dan tanggal penayangan yang berbeda dengan program tayangan berita Metro lainnya. Kedua pembuatan durasi tayangan *Cabe-cabean* dari Metro TV mempunyai ukuran durasi tayangan yang lebih lama dibandingkan dengan acara berita Metro lainnya. Artinya *visibility* (visibilitas) agenda media dari Metro di sini adalah penambahan frekuensi, dan durasi dari jumlah keseluruhan waktu yang digunakan oleh program acara “*Selayang Pandang*” Metro TV dalam menciptakan berita *Cabe-cabean* yang akan ditayangkan dengan tujuan untuk menciptakan daya tarik berita yang lagi hangat dibicarakan oleh khalayak.

4.2.2 Audience Salience Agenda Media Pada Tayangan *Cabe-cabean* “*Selayang Pandang*” Metro TV

Audience salience yang akan direpresentasikan pada analisis penelitian ini yaitu relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, sejauhmana keakuratan isi acara pada selayang pandang Metro TV apakah program acara tersebut memang dibutuhkan oleh khalayak Metro TV itu sendiri. Isi pesan dalam sebuah berita yaitu menggambarkan bahasa melalui media televisi yang akan disampaikan kepada khalayak, biasanya isi pesan acara melalui televisi tersebut menjadi kebutuhan khalayak sebagai penontonnya.

Kebutuhan isi pesan berita televisi didalamnya terdapat hubungan logis dalam alur acara, irama dramatik, misi dan orientasi, karakter tokoh/artis/peserta nyanyi dan tema berita acara *Cabe-cabean* di Metro TV Berdasarkan pengertian

tersebut, peneliti merumuskan indikator *audience salience* yaitu. Misi dan orientasi, karakter tokoh pada tayangan cabe-cabean, serta tema yang aktual dan kontekstual.

Karakter dari *audience salience* dalam sebuah berita di televisi tersebut satu sama lainnya berkaitan, di mana acara tersebut harus bersifat logis, mempunyai misi dan orientasi dari acara “*Selayang Pandang*” Metro TV yang membahas fenomena *Cabe-cabean* tersebut. *Audience salience* yang dimaksud yaitu Metro TV menciptakan isi pesan yang menjadi komponen proses komunikasi berupa panduan dari pikiran dan perasaan seseorang yang menggambarkan lambang dan bahasa atau lambang lainnya yang disampaikan kepada orang lain.

Isi pesan dalam sebuah berita yaitu *visualisasi* bahasa melalui media televisi yang akan disampaikan kepada khalayak, biasanya isi pesan acara melalui televisi tersebut menjadi kebutuhan khalayak sebagai penontonnya. Kebutuhan isi pesan berita televisi didalamnya terdapat hubungan logis dalam alur acara, irama dramatik, misi dan orientasi, karakter tokoh/artis/peserta nyanyi dan tema berita acara *Cabe-cabean* di Metro TV Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti merumuskan indikator *audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak).

Maulana Dirhamsyah di ruang Metro TV Tanggal 28 April 2014, mengatakan :

Misi pembuatan tayangan fenomena *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV yaitu menjadikan acara berita mengenai fenomena yang cepat diinformasikan kepada masyarakat, selain itu menciptakan keakuratan dan terpercaya dalam menyampaikan berita mengenai fenomena yang dibahas oleh masyarakat. Serta menjadi saluran yang bisa mengedukasi masyarakat Indonesia melalui program *selayang pandang*

yang informative dan aktual, baik dalam bidang moral bangsa yang sekarang sedang terjadi dimasyarakat *modern* ini.⁶

Kutipan tersebut dapat digambarkan bahwa misi dalam pembuatan fenomena *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV yaitu menjadikan acara berita mengenai fenomena yang cepat diinformasikan kepada masyarakat, selain itu menciptakan keakuratan dan terpercaya dalam menyampaikan berita mengenai fenomena yang dibahas oleh masyarakat. Serta menjadi saluran yang bisa mengedukasi masyarakat Indonesia melalui program “*Selayang Pandang*” yang informatif dan aktual, baik dalam bidang moral bangsa yang sekarang sedang terjadi dimasyarakat modern ini. Sementara orientasi tayangan fenomena *Cabe-cabean* yang ditayangkan di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV Dik-dik Suryantoro, sebagai *script writer* “*Selayang Pandang*” Metro TV dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

Sementara jika dikaitkan dengan orientasi tayangan dari fenomena *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” itu sendiri yaitu menjadikan referensi terpercaya untuk penduduk di Indonesia dalam mencari informasi yang akurat mengenai kejadian-kejadian fenomena yang sering dibicarakan di dalam negeri. Serta menjadi saluran edukatif yang dapat dinikmati masyarakat Indonesia dari segala umur dan kalangan mengenai gejala yang sering dibicarakan di mata masyarakat.⁷

Orientasi tayangan dari fenomena *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” itu dari Metro TV menjadikan referensi terpercaya untuk penduduk di Indonesia dalam mencari informasi yang akurat mengenai kejadian-kejadian fenomena yang sering dibicarakan di dalam negeri. Serta menjadi saluran edukatif

⁶ Wawancara dengan Maulana Dirhamsyah sebagai narator *selayang pandang* Metro TV Tanggal 28 April 2014

⁷ Wawancara dengan Dik-dik Suryantoro, sebagai *script writer* *selayang pandang* Metro TV Tanggal 25 April 2014

yang dapat dinikmati masyarakat Indonesia dari segala umur dan kalangan mengenai gejala yang sering dibicarakan di mata masyarakat.

Misi dan orientasi dari tayangan *Cabe-cabe* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV yang dijelaskan di atas bertujuan untuk menciptakan berita yang edukatif kepada masyarakat mengenai gejala fenomena yang terjadi di masyarakat dengan tujuan untuk menginformasikan berita yang sering dibicarakan oleh masyarakat itu sendiri. Di mana Metro TV dengan acara “*Selayang Pandang*” yang membahas mengenai fenomena *Cabe-cabe* sebagai instrumen yang mempunyai sifat adukasi kepada masyarakat sebagai khalayak penontonnya. Artinya fungsi dari instrumen tersebut (yaitu televisi) akan sangat tergantung dari aktor pemilik atau aktor pengendalinya. Kelebihan dari televisi adalah ia memiliki dimensi *audio-visual*. Artinya, disamping memberikan suara kepada pemirsa, Metro TV juga menampilkan gambar bergerak dan melengkapinya dengan data tulisan mengenai fenomena *Cabe-cabe* yang dibahas di acara “*Selayang Pandang*” itu sendiri.

Oleh karena itu Metro TV dengan “*Selayang Pandang*” telah membentuk, mengubah dan *menggeser image* (citra/pandangan) tentang suatu fenomena *Cabe-cabe* kepada masyarakat pemirsanya dalam waktu yang relatif singkat. Dengan demikian, sang pengendali televisi yaitu produser Metro TV yang bertanggung jawab terhadap *selayang pandang* itu berpotensi sangat besar untuk mengubah atau membentuk suatu berita mengenai fenomena *Cabe-cabe* yang menarik kepada masyarakat sesuai dengan kehendaknya.

Acara “*Selayang Pandang*” Metro TV yang membicarakan mengenai fenomena *Cabe-cabe* mempunyai visi dan berorientasi untuk menciptakan edukasi dengan kemasan fenomena pembahasan yang menarik di mata masyarakat di mana tayangan *Cabe-cabe* sebagai nilai-nilai sosial yang demikian beragam di Indonesia sebagai bentuk fenomena yang terjadi dimasyarakat.

Misi dan orientasi dari sebuah televisi yaitu menciptakan perwujudan yang menghibur, mengedukasi masyarakat dengan tujuan agar masyarakat mendapatkan informasi mengenai fenomena dari berita yang terjadi di masyarakat. Misi dan orientasi dari sebuah media televisi mempunyai tujuan dan kepentingan yang secara sadar dapat membentuk khalayak sebagai penonton dari apa-apa yang diberitakannya (Hartley, 2005 : 61).

Kutipan tersebut dapat dijelaskan bahwa setiap televisi mempunyai misi dan orientasi di mana hal tersebut sebagai perwujudan yang menghibur, mengedukasi masyarakat dengan tujuan agar masyarakat mendapatkan informasi mengenai fenomena dari berita yang terjadi di masyarakat. Misi dan orientasi dari sebuah media televisi mempunyai tujuan dan kepentingan yang secara sadar dapat membentuk khalayak sebagai penonton dari apa-apa yang diberitakannya. Dalam hal ini, misi dan orientasi sebagai bentuk dari *audience salience* yang secara logis masyarakat sebagai pemirsa ingin mendapatkan berita yang menghibur serta mengedukasi yang bisa menciptakan pengetahuan dari setiap berita yang diinformasikan secara *visual*.

Setiap televisi dalam menginformasikan berita mempunyai misi dan orientasi yang jelas di mana hal tersebut sebagai bagian dari identitas televisi itu sendiri. misi dan orientasi dari televisi satu sama lainnya berbeda-beda dengan tujuan untuk menciptakan daya tarik bagi masyarakat sebagai khalayak penontannya. Seperti halnya Metro TV dalam acara “*Selayang Pandang*” yang

membahas mengenai fenomena *Cabe-cabean*. Di mana misi dan orientasi televisi tersebut menciptakan berita faktual yang ramai dibicarakan oleh masyarakat dan masyarakat mendapatkan pengetahuan dan edukasi dari berita yang ditayangkan oleh Metro TV itu sendiri.

Selain misi dan orientasi kandungan *audience salience* dalam pemberitaan di televisi yaitu karakter tokoh pada acara televisi itu sendiri, di mana pemeran tokoh ataupun narasumber tersebut bertujuan untuk menyampaikan pesan moral dalam acara televisi. Pada tayangan selayang pandang Metro TV yang membahas fenomena *Cabe-cabean* yaitu pembawa acara berita, narasumber dari salah satu yang terlibat menjadi *Cabe-cabean*, opini dari tokoh psikologis serta opini dari masyarakat mengenai fenomena *Cabe-cabean* itu sendiri. Pemeran tokoh ataupun narasumber dari berita itu sendiri sebagai *audience salience* yang dapat bersifat objektif, berdasarkan fakta sebagai bagian dari *audience salience* di mana hal tersebut bertujuan untuk memberikan informasi berita yang faktual, dapat dipercaya, objektif, dan memberikan pengetahuan dan edukasi kepada masyarakat sebagai khalayak penontonnya. Menurut Dik-dik Suryantoro, sebagai *script writer* “*Selayang Pandang*” Metro TV dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

Dalam tayangan “*Selayang Pandang*” yang membahas mengenai fenomena *Cabe-cabean*, tim Metro sebelumnya menginfertarisir kebutuhan-kebutuhan berita itu sendiri, seperti pembawa acara berita, narasumber terpercaya dari si pelaku, narasumber dari ahli psikologi, serta narasumber dari salah satu masyarakat mengenai berita yang disajikan. Di tayangan *Cabe-cabean* itu sendiri kami menggunakan pembawa berita dari perempuan karena narasumber sebagai *Cabe-cabeannya* perempuan, alasan pembawa acara berita perempuan agar tema yang dibicarakan lebih terlihat emosional karena yang terlibat narasumber di sini adalah perempuan. Selain itu tokoh dari narasumber pelaku *Cabe-cabean* memang asli dari *Cabe-cabean* itu sendiri dan biasanya wajah dari narasumber selalu disensor serta suaranya dirubah, sementara narasumber

dari psikologi dan masyarakat sebagai penambah atau penguat gejala dari fenomena yang terjadi pada anak remaja liar yang sering disebut *Cabe-cabean* itu sendiri.⁸

Hasil wawancara tersebut dapat dijelaskan bahwa tim Metro sebelumnya menginfertarisir kebutuhan-kebutuhan berita dari fenomena *Cabe-cabean* di mana pembawa acara berita, narasumber terpercaya dari si pelaku, narasumber dari ahli psikologi, serta narasumber dari salah satu masyarakat mengenai berita yang disajikan. Pada tayangan *Cabe-cabean*, tim Metro menggunakan pembawa berita dari perempuan karena narasumber sebagai *Cabe-cabean* perempuan, alasan pembawa acara berita perempuan agar tema yang dibicarakan lebih terlihat emosional karena yang terlibat narasumber di sini adalah perempuan. Selain itu tokoh dari narasumber pelaku *Cabe-cabean* memang asli dari *Cabe-cabean* itu sendiri dan biasanya wajah dari narasumber selalu disensor serta suaranya dirubah, sementara narasumber dari psikologi dan masyarakat sebagai penambah atau penguat gejala dari fenomena yang terjadi pada anak remaja liar yang sering disebut *Cabe-cabean* itu sendiri.

Dalam proses pembuatan berita di televisi biasanya tim kreatif atau tim berita mempersiapkan segala sesuatu mengenai kelengkapan berita yang akan disampaikan seperti pembawa acara, narasumber, dan lain sebagainya. Tujuan dari kelengkapan itu sendiri bertujuan menciptakan *audience salience* yang dapat meyakinkan masyarakat sebagai khalayak penontonnya. Dalam penggunaan tokoh yaitu pembawa berita tim Metro TV menciptakan *script writer* berupa penjabaran secara kronologis fenomen *Cabe-cabean* oleh presenter berita itu sendiri, di mana

⁸ Wawancara dengan Dik-dik Suryantoro, sebagai *script writer* selayang pandang Metro TV Tanggal 25 April 2014

pembawa berita itu sendiri menggambarkan seperti istilah *Cabe-cabean* yang merupakan fenomena budaya anak muda yang muncul dari realitas masyarakat dan berkaitan dengan identitas perempuan di tengah ruang publik kita. Ia muncul dari realitas masyarakat perkotaan, di mana terkait dengan tata ruang perkotaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan budaya masyarakat selalu terkait dengan *space* dan *places* di mana perilaku budaya senantiasa muncul dan terwujud dengan berbagai pola aktivitas pelakunya dalam sebuah setting ruang.

Maka dapatlah dipahami bahwa tim Metro TV menciptakan tata ruang publik sebagai tempat masyarakat bertemu, berkumpul dan berinteraksi, di dalam prosesnya mendorong perilaku kehidupan sehari-hari. Sehingga secara kontekstual proses perubahan kognisi, sikap dan perilaku masyarakat sangat terkait dengan perkembangan tata ruang publik yang ada.

Penokohan itu sendiri dilatari dengan *visual* yang menggambarkan ruang-ruang publik yang ada di masyarakat perkotaan didominasi oleh ruang komersial dan pusat-pusat hiburan yang tumbuh semakin subur. Sehingga gambar *visual* itu sendiri muncul budaya anak muda yang berorientasi pada gaya, penampilan diri dan senang-senang. Bahkan ruang-ruang yang tersedia sangat jarang berorientasi pada nilai-nilai edukatif, di lain pihak ruang-ruang publik yang berorientasi pada hiburan mempunyai prosentase jauh lebih tinggi.

Artinya tayangan fenomena *Cabe-cabean* secara *visual* menggambarkan perubahan sikap atau tingkah laku remaja perkotaan yang mengarah kepada perilaku yang negatif sangat terkait dengan semakin minimnya ruang publik yang bersifat edukatif yang bisa menjadi wadah para remaja dalam mengisi waktu

luangnya. Hal ini sangat berhubungan dengan kebijakan pemerintah terkait pembangunan tata ruang perkotaan, yang pasti akan berdampak pada kehidupan sosial masyarakat, serta munculnya budaya baru yang tergambar pada visual berita fenomena *Cabe-cabean* Metro TV itu sendiri.

Sementara penokohan dari narasumber yang menjadi *Cabe-cabean* diekspose berdasarkan tema yang dibentuk. Tim Metro TV dalam penciptaan *script writer* untuk narasumber yang terlibat menjadi *Cabe-cabean* benar-benar dari pelakunya sendiri. Artinya dalam tayangan *Cabe-cabean* itu sendiri tidak ada unsur rekayasa, ataupun unsur paksaan yang disetting oleh pihak Metro TV itu sendiri. Maulana Dirhamsyah di ruang Metro TV Tanggal 28 April 2014, mengatakan :

Dalam hal narasumber tim Metro TV mengambil narasumber yang terpercaya yaitu si pelaku *Cabe-cabean* itu sendiri di mana dalam proses penayangannya tidak ada rekayasa yang disetting oleh tim melainkan narasumber yang objektif dari pelaku itu sendiri. Selain itu narasumber ahli psikologi juga, memang benar-benar dari pakar psikologi, tujuan penggunaan narasumber yang asli karena agar berita mengenai fenomena *Cabe-cabean* di acara "*Selayang Pandang*" Metro TV dapat dipercaya oleh masyarakat sebagai penontonnya.⁹

Secara penokohan, tim Metro TV menggunakan narasumber-narasumber yang terlibat pada kasus *Cabe-cabean* itu sendiri. Di mana tujuan narasumber asli itu sendiri untuk meyakinkan masyarakat bahwa berita mengenai fenomena *Cabe-cabean* yang ditayangkan di acara "*Selayang Pandang*" berdasarkan fakta dan objektif langsung dari narasumber pelaku *Cabe-cabean* serta pakar psikologi yang menanggapi kasus maraknya *Cabe-cabean* itu sendiri.

⁹ Wawancara dengan Maulana Dirhamsyah sebagai narator selayang pandang Metro TV Tanggal 28 April 2014

Dalam *audience salience* peran media yang menyampaikan pesan pada khalayaknya berupa pesan berita yang diinformasikan secara objektif dapat dipahami, dipercaya oleh masyarakat sebagai khalayak penontonnya, sehingga agenda setting secara *audience salience* mengandung unsur berita yang dipercaya. Dilihat dari proses terjadinya *audience salience*, Saverin Tankard membagi proses *audience salience* terbagi menjadi dua tahap :

1. Proses informasi berita dari pembawa acara yang menyampaikan pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan narasumber kepada masyarakat sebagai penontonnya.
2. Proses informasi berita secara narasumber adalah proses penyampaian pesan berita oleh seseorang narasumber kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Penggunaan media kedua dalam melancarkan komunikasi karena komunikasi sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak (Tankard, 2009 : 86).

Kutipan tersebut dapat dijelaskan bahwa proses *audience salience* yaitu informasi berita dari pembawa acara yang menyampaikan pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan narasumber kepada masyarakat sebagai penontonnya. Proses informasi berita secara narasumber adalah proses penyampaian pesan berita oleh seseorang narasumber kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Penggunaan media kedua dalam melancarkan komunikasi

karena komunikasi sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak.

Sehingga dari hal tersebut secara persuasif pada fenomena *Cabe-cabean* di televisi, membuat suatu ketertarikan pada setiap orang yang melihatnya. Pada tayangan tersebut, ini disebut sebagai proses komunikasi sekunder yang di mana komunikasi tersebut adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Penggunaan media kedua dalam melancarkan komunikasi karena komunikasi sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak.

Sementara di dalam *audience salience* terdapat tema yang aktual dan kontekstual, di mana hal tersebut sebagai kejadian-kejadian nyata atau fakta yang dipaparkan sebagai permasalahan dengan adegan-adegan yang terbuka untuk ditafsirkan, disoroti dan didiskusikan. Dalam hal ini, secara tema yang diciptakan oleh Metro TV dalam acara "*Selayang Pandang*" bertema yang membahas fenomena *Cabe-cabean*. Tim Metro TV dalam memberitakan mempunyai tema *Cabe-cabean* yang sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat. Menurut Heri Agustiawan, dalam wawancaranya mengatakan :

Dalam tayangan "*Selayang Pandang*" Metro TV dalam setiap edisinya mempunyai memang mempunyai tema yang aktual dan kontekstual, di mana hal tersebut sebagai kejadian-kejadian nyata atau fakta yang dipaparkan sebagai permasalahan dengan adegan-adegan yang terbuka untuk ditafsirkan, disoroti dan didiskusikan. Dalam edisi ini tema yang diangkat yaitu fenomena *Cabe-cabean* yang sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat. Kemasan tema itu sendiri dibuat berdasarkan aktual dan

kontekstual yang menggambarkan kejadian nyata dan fakta dari narasumber yang terpercaya yaitu pelaku *Cabe-cabe*an itu sendiri.¹⁰

Tema yang diciptakan oleh Metro TV dalam acara "*Selayang Pandang*" yaitu fenomena *Cabe-cabe*an yang banyak dibicarakan oleh semua kalangan masyarakat. Tema tersebut diciptakan secara faktual, dan kontekstual berdasarkan fakta-fakta yang terjadi di lapangan. Dalam sebuah pemberitaan *Cabe-cabe*an tim Metro TV membuat konsep berita berdasarkan kejadian nyata dan fakta dari narasumber yang terpercaya yaitu pelaku *Cabe-cabe*an itu sendiri. Tujuan dari adanya tema yang membahas fenomena *Cabe-cabe*an di Metro TV yaitu menciptakan kepentingan agar bisa menempatkan berita Metro TV dalam konteks sosial masyarakat yang banyak membicarakan mengenai fenomena itu sendiri.

Adanya tema dari tayangan "*Selayang Pandang*" Metro TV sebagai bentuk pandangan yang bisa mengubah dan mempengaruhi khalayak masyarakat sebagai penonton terhadap fakta yang aktual dari pemberitaan fenomena *Cabe-cabe*an itu sendiri. Hal tersebut sebagai gagasan inti dari tim Metro TV dalam memberitakan sebuah fenomena yang dibahas sehari-hari oleh masyarakat. Pada intinya, apa yang disampaikan oleh Metro TV pada acara *selayang pandang* mengenai fenomena *Cabe-cabe*an bertujuan untuk menciptakan jalur pemberitaan secara realitas yang dapat mempengaruhi karakteristik setiap personal dari masyarakat sebagai khalayak yang menonton berita fenomena *Cabe-cabe*an di Metro TV itu sendiri. *Audience salience* dipandang dari arti tema berita yang lebih luas tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan media

¹⁰ Wawancara Heri Agustiawan, Editor *Selayang Pandang* Metro TV Tanggal 28 April 2014

televisi dan khalayak sebagai penontonnya. Maka fungsi dari tema pemberitaan dalam setiap sistem social masyarakat sebagai penontonnya adalah:

Menyampaikan informasi, adalah suatu pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran, pesan, berita, gambar, fakta, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat. Mendidik, adalah memberikan ilmu pengetahuan, dan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta membentuk keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan. Menghibur, adalah suatu penyebarluasan simbol, sinyal, suara, dan imaji dari drama, tari, kesenian, musik, olah raga, kesusastraan, kesenangan kelompok dan individu (Widjaja, 2000:64).

Fungsi *audience salience* dipandang dari arti tema berita merupakan pertukaran pesan di mana tidak dapat dipisahkan sebagai kegiatan penyiaran berita dari media televisi dengan masyarakat sebagai khalayak penontonnya dalam kehidupan sehari-hari di mana tema berita yang disampaikan oleh televisi mengandung informasi, mendidik, menghibur, dan agar mencapai suatu tujuan. *Audience salience* dipandang dari arti tema berita *Cabe-cabean* di Metro TV memiliki sebuah integritas yang baik, di mana media yang digunakan dapat memberikan berbagai pesan yang diperlukan oleh khalayak agar dapat lebih mengenal program acara tersebut, bahkan tayangan acara *Cabe-cabean* tersebut. Agar lebih jelas untuk merepresentasikan *audience salience* dari agenda media pada tayangan *Cabe-cabean* di acara "*Selayang Pandang*" Metro TV, penulis akan menggambarkan hasil dari sumber penelitian ini dengan model proses dari *audience salience* agenda media "*Selayang Pandang*" Metro TV untuk lebih jelasnya berikut hasil temuan data di bawah ini.



Sumber : Hasil data penelitian Modifikasi dari Peneliti

Gambar 4.2

Model Proses *Audience Salience* Agenda Media Tayangan *Cabe-cabe*an di Acara "*Selayang Pandang*" Metro T

Audience salience gambar di atas menunjukkan relevansi isi berita di acara "*Selayang Pandang*" Metro TV yang bertajuk fenomena *Cabe-cabe*an sebagai kebutuhan khalayak. Isi pesan dalam sebuah berita yang diciptakan oleh tim Metro TV pada acara "*Selayang Pandang*" yaitu misi dan orientasi di mana dalam hal tersebut pesan moral pada tayangan fenomena *Cabe-cabe*an untuk pemirsa yang ada dalam kehidupan masyarakat sehari-hari dengan tujuan menanamkan suatu ide pada penonton dan mempengaruhi penonton.

Karakter tokoh seperti pembawa acara, narasumber pelaku *Cabe-cabean*, narasumber dari ahli psikologi, serta opini masyarakat terhadap fenomena *Cabe-cabean* pada acara “*Selayang Pandang*”. Serta tema yang aktual dan kontekstual, di mana fenomena *Cabe-cabean* sebagai bentuk kejadian-kejadian nyata atau fakta yang dipaparkan sebagai permasalahan dengan adegan-adegan yang terbuka untuk ditafsirkan, disoroti dan didiskusikan oleh masyarakat. Karakter dari gambar tersebut yang mewakili *audience salience* pada sebuah berita di televisi tersebut satu sama lainnya berkaitan, di mana acara tersebut harus bersifat logis, mempunyai misi dan orientasi dari acara “*Selayang Pandang*” Metro TV yang membahas fenomena *Cabe-cabean* tersebut.

Di dalam *audience salience* penciptaan informasi berita *Cabe-cabean* oleh Metro TV mempunyai peranan penting, karena berita tersebut mengandung makna dan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Penyajian informasi melalui tayangan “*Selayang Pandang*” Metro TV seperti misi dan orientasi, karakter tokoh dari narasumber pada fenomena *Cabe-cabean* mempunyai peranan penting terhadap pemirsa, sehingga dengan suatu acara fenomena *Cabe-cabean* yang ditayangkan di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV dapat disampaikan dan dapat diterima oleh semua kalangan secara langsung.

4.2.3 Valence Agenda Media Pada Tayangan *Cabe-cabean* “*Selayang Pandang*” Metro TV

Valence (valensi) sebagai bentuk *visualisasi* pemberitaan bagi suatu peristiwa. Di mana *visualisasi* Metro TV dalam acara “*Selayang Pandang*” yang mengulas fenomena *Cabe-cabean* sebagai bentuk peristiwa berita yang dapat

diterima oleh khalayak sebagai penontonnya. *Valence* (valensi) (*audio visual*) adalah suatu kemampuan tayangan untuk mendapatkan perhatian dari khalayak sehingga pada akhirnya dapat mempengaruhi sikap khalayak. “*Valence* (Valensi) tayangan meliputi *visualisasi* tayangan, penyajian musik (*sountrack*), *setting/lokasi*, penampilan tokoh secara fisik” (wahyudi, 2004:19).

Valence (valensi) pada tahap pertama yaitu pembuatan *visualisasi* pada tayangan fenomena *Cabe-cabean* pada acara “*Selayang Pandang*” Metro TV yang menyangkut aspek artistik, orisinalitas, penggunaan bahasa dalam program acara televisi dan simbol-simbol yang tepat, penataan artistik seperti cahaya, *screen-directing* dan *art-directing* yang sesuai dengan tema *Cabe-cabean*, penampilan sajian dramatik yang harmonis, adanya unsur *suspense* dan *teaser*.

Pada tayangan “*Selayang Pandang*” yang membahas fenomena *Cabe-cabean* tim Metro TV menciptakan penataan arsitek berupa pencahayaan yang disesuaikan dengan tema *Cabe-cabean* dengan *screen-directing* dan *art-directing* yang dikemas dengan sajian dramatik harmonis *history*. Menurut Dik-dik Suryantoro, sebagai *script writer* *selayang pandang* Metro TV dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

Penciptakan penataan arsitek pada acara “*Selayang Pandang*” yang membahas fenomena *Cabe-cabean* yaitu bagaimana kami menciptakan pencahayaan yang sesuai dengan karakter dari fenomena itu sendiri yang menggunakan *screen-directing* dan *art-directing* dari tema *Cabe-cabean* yang ditampilkan. Dan biasanya pencahayaan mempunyai unsur dramatik yang bertujuan untuk menciptakan perasaan emosional bagi masyarakat sebagai khalayak penontonnya.¹¹

¹¹ Wawancara dengan Dik-dik Suryantoro, sebagai *script writer* *selayang pandang* Metro TV Tanggal 25 April 2014

Kutipan tersebut menggambarkan bahwa penataan arsitek dari acara “*Selayang Pandang*” yang membahas fenomena *Cabe-cabean* tim Metro TV menciptakan pencahayaan yang sesuai dengan karakter dari fenomena yang menggunakan *screen-directing* dan *art-directing* dari tema *Cabe-cabean* yang mempunyai pencahayaan unsur dramatik dengan tujuan untuk menciptakan perasaan emosional bagi masyarakat sebagai khalayak penontonnya. *Screen-directing* dan *art-directing* pada tayangannya dikemas dengan *visualisasi* yang lebih menyoroti dan memfokuskan pemberitaan fenomena *Cabe-cabean* secara dramatik *history*

Dalam hal ini, *valence* dari pembuatan *visualisasi* merupakan serangkaian gambar yang bergerak menampilkan unsur yang dinamis dari objek yang ditampilkannya. Sebagai media *audio visual*, *valence* memiliki karakteristik tanda yang berbeda dengan format tanda yang lain yang bersifat tekstual atau *visual* saja seperti bahasa dan lukisan.

Valence dari unsur *visualisasi*, merupakan representasi media massa dengan teknik yang menggunakan pencahayaan dan proyeksi sehingga dapat menciptakan ilusi optis pada obyek - obyek. Obyek tersebut secara *visual* akan berubah dari bentuk biasanya menjadi bentuk baru yang berbeda dan sangat fantastis. Perubahan *visual* pada *valence* tersebut terjadi dari sebuah proyeksi yang menampilkan *grafis video digital* kepada suatu obyek, benda, atau bidang (Hidayat, 2012 :11).

Visualisasi dari *valence* yang diproduksi oleh Metro TV pada tayangan “*Selayang Pandang*” yang membahas fenomena *Cabe-cabean* merupakan representasi media massa dengan teknik yang menggunakan pencahayaan dan proyeksi sehingga dapat menciptakan ilusi optis pada obyek-obyek. Obyek

tersebut secara *visual* akan berubah dari bentuk biasanya menjadi bentuk baru yang berbeda dan sangat fantastis.

Perubahan *visual* pada *valence* tersebut terjadi dari sebuah proyeksi yang menampilkan *grafis video* digital kepada suatu obyek, benda, atau bidang dalam tayangan beritanya ditampilkan berbagai macam fenomena yang membahas seputar keadaan *Cabe-cabean* di masyarakat hari ini. Mulai dari *memvisualisasikan* adegan perjalanan *Cabe-cabean* yang dikemas secara dramatik *history* yang dikemas dengan isi pesan berita sebagai bentuk variabel paling substansial dari terbentuknya proses *valence* secara *visual*. Heri Agustiawan, dalam wawancaranya menambahkan :

Kami menciptakan arsitek dalam bentuk *visualisasi* yang penuh dengan kaidah dari tema yang sudah ditetapkan. Dalam hal ini adalah tema fenomena *Cabe-cabean* di mana *screen-directing* dan *art-directing* yang kami produksi berupa penggambaran secara *history* tentang *Cabe-cabean* yang tumbuh dilingkungan masyarakat hari ini didukung dengan pencahayaan yang disesuaikan dengan tema secara dramatik agar isi kandungan dalam berita *visual* itu sendiri dapat diterima dengan baik serta ditanggapi dengan baik oleh masyarakat sebagai khalayak penonton berita fenomena *Cabe-cabean* yang ditayangkan di “*Selayang Pandang*” Metro TV tersebut.¹²

Hasil wawancara tambahan di atas menjelaskan bahwa penciptaan arsitek dalam bentuk *visualisasi* pada fenomena *Cabe-cabean* secara *screen-directing* dan *art-directing* yang diproduksi oleh Metro TV pada tayangan “*Selayang Pandang*” berupa penggambaran secara *history* tentang *Cabe-cabean* yang tumbuh dilingkungan masyarakat hari ini. didukung dengan pencahayaan yang disesuaikan dengan tema secara dramatik agar isi kandungan dalam berita visual itu sendiri dapat diterima dengan baik serta ditanggapi dengan baik oleh

¹² Wawancara Heri Agustiawan, Editor *Selayang Pandang* Metro TV Tanggal 28 April 2014

masyarakat sebagai khalayak penonton berita fenomena *Cabe-cabean* yang ditayangkan di “*Selayang Pandang*” Metro TV.

Melakukan analisis dalam tingkatan *valence* berarti melakukan kajian terhadap skema *visualisasi* yang ditonjolkan dari tayangan pemberitaan fenomena *Cabe-cabean*. *valence* dalam *visualisasinya* menjelaskan adegan *Cabe-cabean* yang diberitakan ini akan merefleksikan secara *screen-directing* dan *art-directing* berdasarkan tema yang termasuk dalam kategori dengan membentuk keseluruhan makna visual dari fenomena *Cabe-cabean* itu sendiri.

Interpretasi dari *valence* yang pertamakali dimunculkan memiliki tendensi visual berupa arsitek pencahayaan seperti yang telah dikatakan tadi. Skema lanjutan *valence* dalam *visualisasi* bisa dikatakan dengan *visual art*. Jika dikomparasikan dengan stuktur sebuah teks berita, maka *visual art* ini bisa dianalogikan sebagai *lead* berita yaitu sebagai penghubung antara Judul dan isi berita mengenai fenomena *Cabe-cabean* secara keseluruhan. *visual art* dalam *valence* ini menggaris bawahi *screen-directing* dan *art-directing*. Menurut John Hartley, dalam bukunya “*Communication, Cultural & Studies*” mengatakan bahwa:

Secara *screen-directing* dan *art-directing* pada visualisasi sebagai *valence* yang menandakan karakteristik dari media televisi yang diproduksi untuk tujuan penciptaan arsitek berupa gambar visual yang mempunyai maksud untuk menciptakan daya tarik dari isi berita yang disampaikan berdasarkan tema yang banyak dibicarakan oleh masyarakat sebagai khalayak penontonya (Hartley, 2005 : 129).

Penjelasan tersebut dapat digambarkan penggunaan *screen-directing* dan *art-directing* pada visualisasi sebagai *valence* yang menandakan karakteristik dari media televisi yang diproduksi untuk tujuan penciptaan arsitek berupa gambar

visual yang mempunyai maksud untuk menciptakan daya tarik dari isi berita yang disampaikan berdasarkan tema yang banyak dibicarakan oleh masyarakat sebagai khalayak penonton. Sementara *valence* dari poin ke dua yaitu latar musik/penyajian musik, di mana irama musik sebagai pendukung dari penyampaian alur berita fenomena Cabe-cabean yang secara dramatik harmonis sesuai dengan berita mengenai fenomena Cabe-cabean itu sendiri. Menurut Dik-dik Suryantoro, sebagai *script writer* “*Selayang Pandang*” Metro TV dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

Penciptaan latar musik atau penyajian musik yang diproduksi oleh tim Metro TV pada tayangan “*Selayang Pandang*” dengan tema fenomena *Cabe-cabean*, kami sendiri menyesuaikan irama musik dengan berita dari keadaan *Cabe-cabean* di mana biasanya latar musik yang dipakai yaitu musik melankolis, musik *folk* yang liriknya lebih mewakili keadaan dari peristiwa *Cabe-cabean* itu sendiri. Tujuan dari penyesuaian musik dengan *visual* yang tergambar untuk mendramatisir keadaan berita yang disampaikan agar masyarakat lebih memahami secara emosional mengenai berita fenomena *Cabe-cabean* itu sendiri.¹³

Hal tersebut dapat dijelaskan latar musik atau penyajian musik yang diproduksi oleh tim Metro TV pada tayangan “*Selayang Pandang*” dengan tema fenomena *Cabe-cabean*, tim Metro TV telah menyesuaikan irama musik dengan berita dari keadaan *Cabe-cabean* di mana biasanya latar musik yang dipakai yaitu musik melankolis, musik *folk* yang liriknya lebih mewakili keadaan dari peristiwa *Cabe-cabean*. Tujuan dari penyesuaian musik dengan *visual* yang tergambar untuk mendramatisir keadaan berita yang disampaikan agar masyarakat lebih memahami secara emosional mengenai berita fenomena *Cabe-cabean* itu sendiri.

¹³ Wawancara dengan Dik-dik Suryantoro, sebagai *script writer* *Selayang Pandang* Metro TV Tanggal 25 April 2014

Latar musik/penyajian musik pada *valence* bukan hanya sebuah media untuk berekspresi yang hanya dinikmati pada waktu-waktu tertentu. Latar musik/penyajian musik pada *valence* merepresentasikan bahasa jiwa yang tulus yang dapat menyentuh pada aspek kehidupan yang diberitakan. Lebih dari itu pula, Latar musik/penyajian musik pada *valence* mampu menjadi bahasa *universal* melalui intro lagunya yang mampu menyatukan jiwa, mengajak orang untuk merenung, berpikir, bergembira, bahkan bersedih sekalipun. Termasuk juga untuk menumbuhkan kesadaran akan sebuah makna dari fenomena kehidupan yang diberitakan di media televisi.

Latar musik/penyajian musik pada *valence* merupakan bentuk pesan ekspresi dari pencipta lagu yang diungkapkan melalui perasaan-perasaan atau emosi yang disampaikan melalui berita. Menurut William I. Gorden menyatakan bahwa :

Komunikasi ekspresif dalam pemberitaan di media televisi tidak otomatis bertujuan memengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) dan perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan melalui pesan-pesan (Mulyana, 2000 : 21).

Latar musik/penyajian musik pada *valence* tidak hanya berupa bunyi-bunyian nada yang harmonis saja, tetapi juga dilengkapi dengan lirik yang mengandung buah pikiran pengarang atau penyanyi, yang mengungkapkan apa yang dirasakan dan ingin disampaikan kepada orang lain sebagai latar pesan dari berita fenomena Cabe-cabe yang ditayangkan di “*Selayang Pandang*” Metro TV. Karena latar musik/penyajian musik pada *valence* merupakan gabungan pesan, ide, atau gagasan dari seorang pengarang lagu dalam mengekspresikan

segala sesuatu yang terjadi dalam kehidupan sosial di masyarakat ke dalam bentuk kumpulan kata atau kalimat.

Sistem tanda musik adalah auditif. Namun, untuk mencapai pendengarnya, pengubah musik mempersembahkan kreasinya dengan perantara pemain musik dalam bentuk tanda tertulis menjadi visual. Bagi semiotisial musik, “adanya tanda-tanda perantara, yakni, dicatat dalam partitur orkestra, merupakan jalan keluar. Hal ini sangat memudahkan dalam menganalisis karya musik sebagai teks” (Sobur, 2003 : 144).

Latar musik/penyajian musik pada *valence* sebagai petunjuk yang menunjuk pada gambaran umum dari suatu aliran berita yang disampaikan oleh Metro TV mengenai fenomena *Cabe-cabe*an itu sendiri. Bisa juga disebut sebagai latar pengisi emosional dari gagasan inti berita yang disampaikan, ringkasan, atau yang utama dari suatu yang bisa mengiringi berita mengenai fenomena *Cabe-cabe*an yang ditayangkan di Metro TV. Latar musik/penyajian musik pada *valence* yang mengiringi fenomena berita *Cabe-cabe*an di Metro TV menggambarkan apa yang ingin diungkapkan oleh perasaan pembuat berita mengenai tema berita yang diinformasikan, menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari khalayak penonton serta nilai-nilai dari isi berita yang disampaikan secara visualisasi di media televisi.

Latar musik/penyajian musik pada *valence* dalam sebuah pemberitaan secara *visual* di televisi menunjukkan konsep dominan, sentral dan paling mewakili dari isi suatu pesan berita sekalipun dengan suara yang tidak diucapkan secara verbal. Menurut Heri Agustiawan, dalam wawancaranya menambahkan :

Latar musik/penyajian musik pada *valence* yang ditampilkan pada berita fenomena *Cabe-cabe*an adalah sebagai latar untuk menciptakan dramatik yang emosial terhadap penontonnya, di mana musik tersebut bagian dari iringan yang mewakili fenomena yang membahas *Cabe-cabe*an seperti

musik *folk*, musik dugem, musik koplo, dan musik melankolis tergantung kepada segmen wawancara dengan narasumber baik pelaku *Cabe-cabean*, para ahli psikologi, maupun opini dari masyarakat itu sendiri.¹⁴

Kutipan tersebut dapat digambarkan, latar musik/penyajian musik pada *valence* yang ditampilkan pada berita fenomena *Cabe-cabean* adalah sebagai latar untuk menciptakan dramatik yang emosional terhadap penontonnya, di mana musik tersebut bagian dari iringan yang mewakili fenomena yang membahas *Cabe-cabean* seperti musik *folk*, musik dugem, musik koplo, dan musik melankolis tergantung kepada segmen wawancara dengan narasumber baik pelaku *Cabe-cabean*, para ahli psikologi, maupun opini dari masyarakatnya. Latar musik/penyajian musik pada *valence* yang ditampilkan berita fenomena *Cabe-cabean* di “*Selayang Pandang*” Metro TV dapat mewakili identitas dari *Cabe-cabean* itu sendiri yang lebih mewakili musik-musik yang mengarah pada tindakan yang dilakukan oleh pelaku *Cabe-cabean*.

Kepekaan manusia merasakan harmoni nada-nada dalam alunan musik, sungguh merupakan keunggulan cita rasa manusia atas akalinya. Ketika dalam sebuah komposisi musik kita mendengar sebuah suara yang fales, maka dengan sendirinya kita akan merasakan sebuah rasa tidak nyaman. Hal ini terjadi karena manusia (yang peka nada) dapat menangkap tegangan frekuensi antar nada. Nada-nada yang harmonis secara matematis memiliki keteraturan yang sungguh mengagumkan (Weiss 2005 : 243).

Latar musik/penyajian musik pada *valence* adalah keselarasan, dalam teori musik, iringan musik adalah intro adalah keselarasan bunyi dalam musik. Intro adalah salah satu cabang teori musik yang menyusun suatu rangkaian not-not (nada-nada) menjadi rangkaian akor, agar berita yang disampaikan mengenai

¹⁴ Wawancara Heri Agustiawan, Editor *Selayang Pandang* Metro TV Tanggal 28 April 2014

fenomena *Cabe-cabe*an di Metro TV lebih menyentuh dan dirasakan oleh masyarakat sebagai khalayak penontonnya.

Latar musik/penyajian musik pada *valence* yang mengiringi berita dari fenomena *Cabe-cabe*an yaitu perpaduan antara musik *folk*, musik dugem, musik koplo, dan musik melankolis yang lebih mewakili keadaan dari fenomena *Cabe-cabe*an itu sendiri. Iringan musik untuk pemberitaan *Cabe-cabe*an di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV sebagai sebuah produk Metro TV guna menciptakan suasana berita semakin bisa diterima oleh masyarakat sebagai khalayak penonton.

Penyajian musik pada *valence* dalam mengisi latar berita *Cabe-cabe*an sendiri sangat beragam di mana hal tersebut sangat relatif bagi setiap tema berita yang disampaikan. Latar musik pada *valence* pada saat mengisi berita *Cabe-cabe*an merupakan sub-bagian dari sebuah berita agar berita yang disampaikan secara *visual* lebih lengkap dan lebih dapat diterima berita yang disampaikan dengan baik oleh pemirsanya.

Sementara *valence* dari poin ke tiga yaitu membahas mengenai narasumber, tokoh, model (fisik) yang ditampilkan dalam program berita *Selayang Pandang* Metro TV yang membahas fenomena *Cabe-cabe*an, yaitu penampilan narasumber pembawa acara, pelaku *Cabe-cabe*an, ahli psikologi secara fisik yang terlihat dari wajah, busana dan tata *make-up* yang digunakan oleh tokoh tersebut.

Maulana Dirhamsyah di ruang Metro TV Tanggal 28 April 2014, mengatakan :

Biasanya narasumber, tokoh, dan model secara fisik yang ditampilkan di acara *Selayang Pandang* yang membahas fenomena *Cabe-cabe*an tokoh dan model dari pelaku *Cabe-cabe*an secara fisik disamarkan karena kami menyembunyikan identitas secara jelas pelaku *Cabe-cabe*an itu sendiri.

Selain itu tujuan dari penyamaran secara fisik narasumber karena Metro TV sendiri tidak mau melanggar kode etik pers Indonesia. Maka dari itu narasumber pelaku *Cabe-cabean* disamarkan terkecuali tokoh dari narasumber para ahli psikologi, masyarakat dan pembawa acara selayang pandang.¹⁵

Hal di atas dapat dijelaskan bahwa setiap narasumber tokoh, dan model secara fisik yang ditampilkan di acara selayang pandang yang membahas fenomena *Cabe-cabean* tokoh dan model dari pelaku *Cabe-cabean* secara fisik disamarkan karena Metro TV menyembunyikan identitas secara jelas pelaku *Cabe-cabean* itu sendiri yang mempunyai tujuan tidak ingin melanggar kode etik pers Indonesia. Maka dari itu narasumber pelaku *Cabe-cabean* disamarkan terkecuali tokoh dari narasumber para ahli psikologi, masyarakat dan pembawa acara selayang pandang

Valence yang membahas mengenai narasumber, tokoh, model (fisik) di sini adalah identitas dari narasumber pelaku *Cabe-cabean* yang disamarkan oleh Metro TV. Dalam sebuah analisis *valence* mengenai narasumber, tokoh, model (fisik) pada program selayang pandang yang membahas fenomena *Cabe-cabean* di Metro TV merupakan suatu program yang berisi informasi mengenai tingginya angka kriminalitas yang diinformasikan kepada masyarakat. Program “*Selayang Pandang*” Metro TV bertujuan memberitahukan kepada masyarakat mengenai fakta fenomena *Cabe-cabean* yang terjadi di masyarakat.

Secara *valence* mengenai narasumber, tokoh, model (fisik) pada program “*Selayang Pandang*” Metro TV telah memberikan perlindungan terhadap narasumber sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dengan

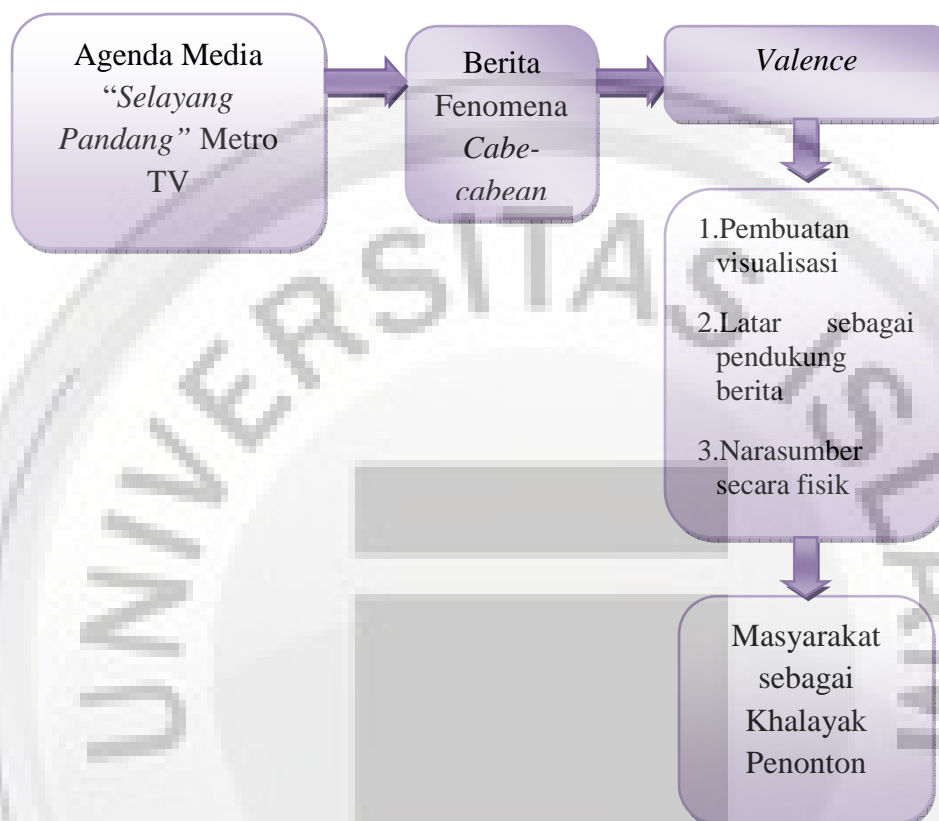
¹⁵ Wawancara dengan Maulana Dirhamsyah sebagai narator selayang pandang Metro TV Tanggal 28 April 2014

menutupi nama atau identitas dari narasumber. Identitas narasumber pelaku *Cabe-cabe* oleh pihak Metro TV selalu ditutupi agar tidak merasa dirugikan dengan keterangannya. Dengan menutupi identitas narasumber pelaku *Cabe-cabe* Metro TV telah menyebarkan nilai-nilai edukasi yang menjadi landasan moral hidup bermasyarakat hingga sekarang.

Seiring perkembangan zaman, fungsi lain ditemukan, yaitu sebagai alat untuk menyebarkan informasi. Waktu berlalu dan penyebaran informasi yang tadinya hanya satu arah berkembang menjadi dua arah, konsumen media dapat memberikan *feedback*. Dari pembahasan di atas dapat digambarkan bahwa secara keseluruhan *valence* (valensi) lebih ditekankan kepada pembuatan *visualisasi* tayangan acara fenomena *Cabe-cabe* di Metro TV yang menyangkut aspek artistik, orisinalitas, penggunaan bahasa berita yang mengulas *cabe-cabe* dan simbol-simbol yang ditampilkan pada acara "*Selayang Pandang*" Metro TV yang mengulas *Cabe-cabe* tersebut.

Selain itu, acara tersebut mempunyai latar musik/ penyajian musik, dalam mendukung penyampaian alur dramatik yang harmonis. Mempunyai *Setting*/lokasi, yang diperlukan di dalam adegan-adegan tayangan dan dilakukan secara selektif oleh unit manajer mengenai tema berita *Cabe-cabe* yang disampaikan. Terakhir berita *Cabe-cabe* harus mempunyai narasumber, tokoh, model (fisik) yang ditampilkan di mana penampilan narasumber yang terlihat dari wajah yang sempurna, busana dan tata *make-up* yang digunakan oleh tokoh model tersebut. Untuk lebih jelas poin dari *valence* penulis akan menjelaskan

berdasarkan gambar *valence* dari agenda media pada tayangan *Cabe-cabean* di “*Selayang Pandang*” Metro TV berikut di bawah ini :



Sumber : Hasil data penelitian Hasil Data Penelitian Modifikasi dari Peneliti

Gambar 4.3
Model Gambar Proses *Valence* Agenda Media Pada Tayangan *Cabe-cabean* “*Selayang Pandang*” Metro TV

Agenda media media pada tahap ketiga yaitu *valence* (valensi) yaitu, secara *visualisasi* pemberitaan bagi suatu peristiwa fenomena *Cabe-cabean* diproduksi secara *visualisasi* oleh Metro TV dalam acara “*Selayang Pandang*” di mana acara fenomena *Cabe-cabean* yang ditayangkan menjadi sebuah peristiwa berita yang dapat diterima oleh khalayak sebagai penontonnya. *Valence* (valensi) (*audio visual*) adalah suatu kemampuan tayangan untuk mendapatkan perhatian dari khalayak sehingga pada akhirnya dapat mempengaruhi sikap khalayak.

Pembuatan visualisasi pada tayangan yang menyangkut aspek artistik, orisinalitas, penggunaan bahasa dalam program acara televisi dan simbol-simbol yang tepat, penataan artistik seperti cahaya, *screen-directing* dan *art-directing* fotografi yang bagus, penampilan sajian dramatik yang harmonis, ada nya unsur *suspense* dan *teaser*.

Sementara *valence* Latar musik/ penyajian musik, yaitu irama musik untuk mendukung penyampaian alur dramatik yang harmonis dari berita. Dan *valence* narasumber, tokoh, model (fisik) yang ditampilkan dalam program acara berita, yaitu penampilan narasumber yang secara fisik disamarkan oleh Metro TV. Dalam sebuah analisis *valence* mengenai narasumber, tokoh, model (fisik) pada program “*Selayang Pandang*” yang membahas fenomena *Cabe-cabean* di Metro TV merupakan suatu program yang berisi informasi mengenai tingginya angka kriminalitas yang diinformasikan kepada masyarakat. Program “*Selayang Pandang*” Metro TV bertujuan memberitahukan kepada masyarakat mengenai fakta fenomena *Cabe-cabean* yang terjadi di masyarakat.