

## ABSTRAK

### AGENDA MEDIA TAYANGAN CABE-CABEAN DI ACARA SELAYANG PANDANG METRO TV

Nama : Nanda Vahlevi  
NPM : 10080008144  
Pembimbing : Wulan Trigartanti, S.Sos., M.I.Kom.

Program *Selayang Pandang* di Metro TV telah menciptakan agenda media dalam menginformasikan sebuah berita fenomena dari kasus Cabe-cabean di luar konteks program Metro TV yang di kenal oleh masyarakat yaitu menyebarkan informasi berita seperti *Headline News*, *Breaking News* dan lain sebagainya. Hal tersebut bagian dari agenda media yang dirancang Metro TV agar minat masyarakat sebagai penontonnya menilai Metro TV bisa menayangkan kasus berita yang sering di bicarakan di mata masyarakat, bukan hanya sekedar menginformasikan berita mengenai politik, ekonomi, dan lain sebagainya. 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.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori umumnya yaitu menggunakan teori komunikasi massa. Adapun teori khususnya yaitu teori Agenda Media dari Severin dan Tankard, yang analisisnya lebih menekankan kepada *visibility* (visibilitas), *audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak) serta *valence* (valensi).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskripsi yang merepresentasikan sebuah tayangan cabe-cabean di Metro TV yang bertajuk selayang pandang lebih menekankan kepada agenda media pada tayangan Cabe-cabean di acara sudut pandang Metro TV edisi Tanggal 18-19-20 Januari 2014 edisi satu, dua, dan tiga. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara sebagai data primer dan observasi serta studi kepustakaan sebagai data sekunder.

Hasil penelitian ditinjau dari *visibility*, *audience salience*, *valence* (*valensi*), tayangan acara Cabe-cabean di Selayang Pandang Metro TV bertujuan untuk menciptakan daya tarik masyarakat sebagai khalayak penonton yang tertarik kepada berita fenomena yang sedang hangat dibicarakan.

**Kata Kunci : Agenda Media, Visibility, Audience Salience, Valence, Tayangan Cabe-cabean di Metro TV**