



**PRAKTIK IDEOLOGI DALAM PEMBERITAAN  
POLITIK DI METROTV**

**Tesis**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Magister Sosial (M.Sos)**



**Oleh:**

**Makroen Sanjaya**

**NIM: 21160510100019**

**PROGRAM MAGISTER  
KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS ILMU DAKWAH DAN ILMU  
KOMUNIKASI  
UIN SYARIF HIDAYATULLAH  
JAKARTA  
2018**

**PRAKTIK IDEOLOGI DALAM PEMBERITAAN POLITIK DI  
METRO TV**

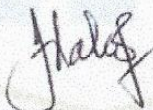
Tesis

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Magister Sosial ( M. Sos )

Oleh

Makroen Sanjaya  
NIM: 21160510100019

Pembimbing:



**Dr. Wahyu Prasetyawan, MA**  
NIP: 1196610171994031003

PROGRAM MAGISTER  
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS ILMU DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UIN SYARIF HIDAYATAULLAH JAKARTA  
1440 H/ 2018 M

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Makroen Sanjaya

NIM : 21160510100019

Jenjang : Magister

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa naskah tesis berjudul “Praktik Ideologi Dalam Pemberitaan Politik di Metro TV,” secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku

Jakarta, 10 Oktober 2018

Saya yang menyatakan,

METERAI  
TEMPEL

08558AFF386845288

6000  
ENAM RIBURUPIAH



Makroen Sanjaya

NIM. 21160510100019

**PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Makroen Sanjaya

NIM : 21160510100019

Jenjang : Magister

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa naskah tesis berjudul “Praktik Ideologi Dalam Pemberitaan Politik di Metro TV,” secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jakarta, 10 Oktober 2018

Saya yang menyatakan,



**Makroen Sanjaya**

NIM. 21160510100019

## PENGESAHAN

Judul : Judul Tesis : Praktik Ideologi Dalam Pemberitaan Politik  
di Metro TV.

Nama : Makroen Sanjaya

NIM : 21160510100019,

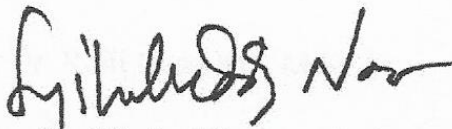
Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Berdasarkan hasil Ujian Tesis, telah dapat diterima sebagai salah satu syarat  
memperoleh gelar Magister Sosial (M.Sos).

Jakarta, 10 Oktober 2018

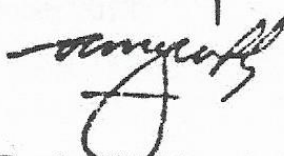
Ketua Prodi,



Dr. Sihabuddin Noor, MA  
NIP. 19690221 199703 1 001

Diketahui oleh

Dekan,



Dr. Arief Subhan, MA  
NIP. 19660110 199303 1 004

## PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS

Judul : Praktik Ideologi Dalam Pemberitaan Politik di Metro TV.

Nama : Makroen Sanjaya

NIM : 21160510100019

Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Telah disetujui tim penguji ujian tesis

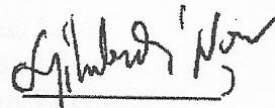

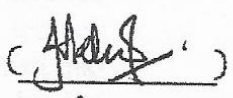


Ketua : Dr. Sihabuddin Noor, MA

Sekretaris : Ahmad Fatoni, M.Sos

Pembimbing : Dr. Wahyu Prasetyawan, MA

Pembimbing/Penguji : Dr. Rulli Nasrullah, M.Si

Pembimbing/Penguji : Dr. Tantan Hermansyah, M.Si

Diuji di Jakarta pada 10 Oktober 2018

Waktu: 10.30 - Selesai

## ABSTRAK

Pilkada Serentak 2017 berlangsung di 101 wilayah, tetapi Pilkada DKI Jakarta menjadi perhatian utama masyarakat. Pilkada DKI Jakarta 2017 berdaya tarik (*magnitude*) tertinggi media massa. Pertama, karena berlangsung di ibukota negara, pusat pemerintahan, dan pusat ekonomi politik. Kedua, Pilkada DKI Jakarta 2017 diikuti calon petahana, Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok, seorang etnik Tionghoa, tersangka kasus penistaan agama, yang memancing gelombang unjukrasa besar yang dikenal dengan “Aksi Bela Islam 212”. Hari pencoblosan putaran pertama Pilkada DKI Jakarta 2017, menjadi konten utama berita politik di Metrotv, melalui program ***Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017***. Metrotv memanfaatkan program berita politik ini untuk meningkatkan performa bisnisnya, sekaligus membantu memenangkan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta. Peneliti mengajukan rumusan masalah Bagaimana diskursus ideologi berperan dalam Hierarki Pengaruh Isi Media pada konten ***Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017*** Metrotv? Adapun subrumusan masalah adalah Bagaimana seluruh Level pada Hierarki Pengaruh Isi Media, yang meliputi Level Individual, Level Rutinitas Media, Level Organisasional, Level Ekstramedia dan Level Ideologi mempengaruhi ***Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017***? Teori yang digunakan adalah Teori Hirarki Pengaruh Isi Media oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Teori Hirarki Pengaruh Isi Media menekankan tentang bagaimana konten media dipengaruhi oleh pihak internal dan eksternal melalui berbagai Level, Individual, Organisasional, Rutinitas Media, Ekstramedia dan Level Ideologi. Keseluruhan Level itu beroperasi pada bauran elemen konten program yang menggambarkan praktik ideologi media di Metrotv. Penelitian ini menyimpulkan bahwa program ***Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017*** di Metrotv, diwarnai sejumlah gejala akibat pengaruh individu para jurnalis, rutinitas kerja, organisasi internal, pihak eksternal dan terutama pengaruh ideologi nasionalis Surya Paloh, Partai Nasdem dan ideologi Metrotv sendiri. Melalui program berita politik itu juga *positioning* Metrotv dan meraih pendapatan (*revenue*) besar, sekaligus berlangsungnya Pilkada DKI Jakarta 2017 yang aman, lancer dan lolosnya Paslon nomor 2 Ahok-Djarot yang dicalonkan Partai Nasdem ke putaran dua Pilkada DKI Jakarta 2017.

**Kata Kunci: Pilkada DKI Jakarta, Metrotv, Ideologi Media, Hirarki Pengaruh Isi Media.**



## ABSTRACT

The 2017 Simultaneous Regional Election (*Pilkada Serentak*) took place in 101 regions. However, *Pilkada DKI Jakarta* became the main concern of the community. *Pilkada DKI Jakarta 2017* has the highest magnitude for the mass media. First, it is because it took place in the state capital, the center of government, and the center of political economy. Secondly, *Pilkada DKI Jakarta 2017* was followed by incumbent candidates, Basuki Tjahaja Purnama also known as Ahok, a Chinese ethnic, suspect of a blasphemy case, which provoked a large wave of demonstrations known as “Aksi Bela Islam 212” (the action to defend Islam). The voting day of the first round of *Pilkada DKI Jakarta 2017* became the main content of political news in Metro TV through the Live Event program *Mencari Negarawan* tagline *Mengawal Pilkada Serentak 2017*. Metro TV used this political news program to improve its business performance, while helping to win Ahok as the Governor in Jakarta. The researcher proposes the formulation of the problem as follows: How do ideological discourses play a role in the Influence Hierarchy of Media Contents in the content of Live Event content *Mencari Negarawan* tagline *Mengawal Pilkada Serentak 2017* at Metro TV? The sub formulation of the problem is how does all level in the Hierarchy of Influence of Media Content, which includes Individual Level, Media Routine Level, Organizational Level, Extramedia Level and Ideological Levels affect the Live Event content *Mencari Negarawan* tagline *Mengawal Pilkada Serentak 2017*? The theory used is the Hierarchy Theory of the Influence of Media Content by Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese. The Hierarchy of the Media Contents emphasizes how media content is influenced by internal and external parties through various levels, individual, organizational, media routines, extramedia and ideological level. All levels operate in a mix of program content elements that illustrate the practice of media ideology in Metro TV. This study concludes that the Live Event content *Mencari Negarawan* tagline *Mengawal Pilkada Serentak 2017* at Metro TV was marked by a number of symptoms due to the individual influence of the journalists, work routines, internal organizations, external parties and especially the influence of Surya Paloh’s nationalist ideology, Nasdem Party and Metro TV’s own ideology. Through the political news program, the positioning of Metro TV was also increased, and achieved huge revenue, and at the same time the *Pilkada DKI Jakarta 2017* was held safely, smoothly and passed the number 2 candidate list was Ahok-Djarot, which was nominated by Nasdem Party to the second round of the *Pilkada DKI Jakarta 2017*.

**Keywords:** *Pilkada DKI Jakarta, Metro TV, Media Ideology, Influence Hierarchy of Media Contents.*

## KATA PENGANTAR

*Bismillah ar-Rahmaani ar-Rahiim,*

Segala pujian hanya milik Allah *Azza Wa Jalla*, berkat rahmat, petunjuk, taufik dan hidayahNya semata, penulis berhasil menuntaskan kewajiban akademik, menuliskan Tesis berjudul “Praktik Ideologi dalam Pemberitaan Politik di Metrotv”. Shalawat dan salam, semoga senantiasa tercurah tiada henti kepada Nabi Muhammad SAW, bagi keluarga dan para sahabatnya hingga akhir jaman. Aamiin.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tiada terhingga kepada berbagai pihak yang membantu penyelesaian Tesis ini, baik berupa doa, dorongan moril maupun bantuan materiil. Tanpa bantuan-bantuan itu, penulis sulit menyelesaikan Tesis ini. Untuk itu, perkenankan penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FIDIK) Bapak Dr. Arief Subhan, MA, beserta para Wakil Dekan di FIDIK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
2. Ketua Prodi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Bapak Dr. Sihabudin Noor, MA, dan Sekretaris Prodi Magister KPI Bapak Dr. Rulli Nasrullah, M.Si, beserta seluruh staf.
3. Bapak Dr. Wahyu Prasetyawan, MA, yang telah bersedia dengan sabar, teliti dan tulus membimbing penulis untuk menajikan Tesis ini sesuai ketentuan dan kaidah akademik.

4. Para Dosen Prodi Magister KPI FIDIK, Bapak Prof. Andi Faisal Bakti, Ph.D, MA, Bapak Dr. Syamsul Yakin, MA, Bapak Dr. Gun Gun Heryanto, M.Si, Bapak Dr. Moch. Fakhruroji, M.Ag, Bapak Dr. Tantan Hermansah, MA, dan Bapak Joni Arman, M.I.Kom, yang telah dengan tulus ikhlas, memberikan ilmunya, yang mencerdaskan dan mencerahkan. Terima kasih juga disampaikan kepada Staf Akademik Bapak Ahmad Fatoni, M.Sos yang perannya begitu besar membantu menyelesaikan berbagai urusan administratif akademik.

5. Terima kasih dan penuh cinta kasih kepada istri saya tercinta, Audrey Aishiya Vitriadevi, anak-anak saya, Mahdiardy Zimam Sanjaya, Rizkiah Dwita Sanjaya, Muhammad Rayhan Elang Sanjaya, dan Ivahazalia Namira Sanjaya, yang telah menjadi pemompa semangat untuk meraih cita-cita menempuh pendidikan di FIDIK UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta ini. Istri dan anak-anak saya, adalah energi yang tak pernah kikis, yang terkadang harus rela kehilangan waktu kebersamaannya kami, tetapi tetap sabar mendukung penyelesaian studi ini, bahkan harus terus-menerus merapikan buku-buku yang berserak.

6. Terima kasih tiada batas kepada orangtua penulis, yang bukan saja terus memanjatkan doa bagi kelancaran menempuh studi ini, tetapi juga nasihat, petuah dan motivasi yang mendorong saya untuk terus menjadi manusia pembelajar. Teruntuk adik-adik, Amin Widanto, Adre Andhara Prahastya, Adhitya Irfan Maulana, doa dan dukungan moralnya menjadi energi penambah semangat.

7. Terima kasih dan salam persaudaraan buat teman-teman seangkatan di Prodi Magister KPI FIDIK, Nisa Chaerani Hisan, Abdul Wahab, Nurul Zakiah, Syifa Hayati Islami, Hilman Hidayat, Mohammad Shofi Faliqul Isbach, Zikrullah, dan Sulaiman. Kalian teman-teman seperjuangan, dengan satu tekad yang sama, “Kita lulus bareng”, sambil mengudap Nasi Uduk Mpok Iyoh seusai jam kuliah di senja hari sambil menyelesaikan tugas makalah.

8. Terima kasih banyak buat rekan kerja di kantor yang luar biasa besar bantuannya bagi studi ini, terutama selama proses penyusunan Tesis ini; Heri Andrian, Saidil Arfan, Ida Gloria, dan Dian Fajar. Tanpa kalian, saya pasti tidak bisa segera menuntaskan Tesis ini.

Semoga segala bimbingan, ilmu, bantuan moril dan materiil, doa, restu dan bantuan waktu, tenaga yang terkuras, semua pihak, sebagai amal ibadah yang berbalas pahala di sisi Allah SWT. Aamiin. Akhirnya, hanya kepada Allah Azza Wa Jalla, penulis berserah diri, seraya memunajatkan diri kepadaNya agar hasil penelitian ini memberi manfaat bagi kehidupan ini. Aamiin.

*Wabillaahi at-Taufiiq waa al-Hidayah,*

Jakarta, 10 Oktober 2018

Makroen Sanjaya

## DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL**

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI**

**PERNYATAAN KEASLIAN**

**PENGESAHAN TESIS**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TESIS**

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS**

**ABSTRAK**

**ABSTRACT**

**KATA PENGANTAR.....i**

**DAFTAR ISI.....iv**

**DAFTAR TABEL ..... viii**

**DAFTAR GAMBAR.....ix**

**DAFTAR GRAFIK..... xi**

**BAB I ..... 1**

**PENDAHULUAN .....1**

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Rumusan Masalah ..... 7

C. Thesis Statement..... 8

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian..... 9

1. Tujuan Penelitian ..... 9

2. Manfaat Penelitian ..... 9

E. Tinjauan Pustaka ..... 11

F. Kerangka Teoritis ..... 14

G. Metodologi Penelitian ..... 15

**BAB II ..... 26**

**KAJIAN PUSTAKA: TEORI HIERARKI PENGARUH ISI  
MEDIA.....26**

A. Model Hierarki Pengaruh Isi Media .....	26
1. Level Individual .....	26
2. Level Rutinitas Media .....	27
3. Level Organisasional .....	27
4. Level Ekstramedia .....	28
5. Level Ideologi .....	28
B. Ideologi Media .....	29
<b>BAB III .....</b>	<b>32</b>
<b>SEJARAH METROTV DAN BERITA POLITIK .....</b>	<b>32</b>
A. Sejarah Metrotv sebagai Televisi Berita .....	32
B. Profil Bisnis Metrotv .....	36
C. Visi Misi Metrotv .....	41
D. <i>Call Sign</i> dan Logo Metrotv .....	42
E. Metrotv dan Pilkada DKI Jakarta 2017 .....	44
1. Kebijakan Keredaksian ( <i>Editorial Policy</i> ) .....	46
2. Nama/Judul Program .....	49
3. <i>Live Report</i> .....	50
4. Narasumber dan Wawancara .....	51
5. <i>Quick Count</i> .....	53
6. Durasi Konten versus Durasi Iklan .....	54
7. <i>Newsticker</i> .....	57
<b>BAB IV .....</b>	<b>59</b>
<b>PRAKTIK IDEOLOGI DALAM BERITA .....</b>	<b>59</b>
A. Kebijakan Keredaksian ( <i>Editorial Policy</i> ) Pemberitaan Pilkada DKI Jakarta 2017 .....	59
B. Nama Program: <i>Live Event</i> Mencari Negarawan <i>tagline</i> Mengawal Pilkada Serentak 2017 .....	63
C. <i>Live Report</i> Proses Pencoblosan dan Proporsionalitas Pemberitaan .....	71
D. Narasumber dan Wawancara .....	79

E. Quick Count .....	86
F. Durasi Konten Versus Durasi Iklan .....	96
G. <i>Newsticker</i> (Teks Berita Berjalan) .....	120
<b>BAB V .....</b>	<b>125</b>
<b>DOMINASI IDEOLOGI DALAM PEMBERITAAN .....</b>	<b>125</b>
A. Hierarki Pengaruh Isi Media pada Program Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017 di Metrotv. 125	
1. Pengaruh Level Individual .....	125
2. Pengaruh Level Rutinitas Media .....	131
3. Pengaruh Level Organisasional .....	143
4. Pengaruh Level EkstraMedia .....	162
5. Pengaruh Level Ideologi .....	176
<b>BAB VI .....</b>	<b>188</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>188</b>
A. Kesimpulan .....	188
B. Rekomendasi .....	191
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>193</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>193</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Angle Pertanyaan News Presenter pada Wawancara .....	82
Tabel 4. 2 Angle Wawancara yang Cenderung Menguntungkan Paslon nomor 2 Ahok .....	85
Tabel 5. 1 Indikator Teori Hierarki Pengaruh Level Individual dan Indikator Data Penelitian pada program Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017.....	130
Tabel 5. 2 Hierarki Pengaruh Level Rutinitas Media dan Indikator Data Penelitian pada Program Live Event “Mencari Negarawan” tagline “Mengawal Pilkada Serentak 2017” .....	140
Tabel 5. 3 Indikator Teori Hierarki Level Organisasional dan Indikator Data Penelitian pada program Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017 .....	160
Tabel 5. 4 Indikator Teori Hierarki Pengaruh Level EkstraMedia dan Indikator Data Penelitian program Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017 .....	173
Tabel 5. 5 Indikator Teori Hierarki Pengaruh Level Ideologi dan Indikator Data Penelitian pada program Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017 .....	186

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Metrotv per 2016.....	35
Gambar 3. 2 Advertising Expenditure (ADEX) Kuartal 1 Metrotv dan TV Berjaringan Nasional Tanpa Bayar (Free To Air/FTA).....	39
Gambar 3. 3 Station ID Metrotv pada posisi Lower Third Layar.....	42
Gambar 3. 4 Logo Metrotv sejak tahun 2000.....	43
Gambar 3. 5 Logo Metrotv sejak 2010.....	44
Gambar 4. 1 Logo The Election Channel pada Station Bugs.....	63
Gambar 4. 2 Logo Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017.....	66
Gambar 4. 3 Frasa Mengawal Pilkada Serentak 2017 pada program Live Event Mencari Negarawan.....	70
Gambar 4. 4 Logo tiga Lembaga Penyelenggara Quick Count pada Program Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017 pada Hari Pencoblosan Pilkada DKI Jakarta Putaran Pertama di Metrotv, Tanggal 15 Februari 2017.....	89
Gambar 4. 5 Data Migrasi Pemirsa Metrotv pada Program Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017 Tanggal 15 Februari 2017.....	91
Gambar 4. 6 Tampilan Layar Bersih dari Produk pada Program Reguler Metro Pagi Primetime Tanggal 31 Juli 2017 Pukul 06.36 WIB.....	118
Gambar 4. 7 Tampilan Layar Metrotv pada Program Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017, dengan Iklan In-Program Ads.....	119
Gambar 4. 8 Tampilan Logo Produk Hydrococo dan Decolith pada Vest Reporter Live Report pada Program Live Event Mencari Negarawan	

tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017 Tanggal 15 Februari 2017. .....	119
Gambar 4. 9 Tampilan Reporter CNN International pada Live Report Pilpres Amerika Serikat 2016 .....	120
Gambar 5. 1 Sesi Wawancara Langsung di lokasi (Live Interview On the Spot) antara News Presenter Zilvia Iskandar dan ibunda Ahok, Ny.Buniarti Ningsih.....	129
Gambar 5. 2 Struktur organisasi Metrotv sejak 2016 .....	144
Gambar 5. 3 Layar Metrotv pada program Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017 yang penuh dengan produk iklan melalui strategi In-Program Ads .....	150
Gambar 5. 4 Layar Metrotv pada program Metro Pagi Prime Time 31 Juli 2018 yang bersih dari produk iklan. ....	151
Gambar 5. 5 Tampilan Reporter Live Report Metrotv dengan creative placement Produk Hydrococo dan Decolith pada rompi pada program Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017 .....	154
Gambar 5. 6 Tampilan Reporter Live Report CNN pada liputan Pilpres Amerika Serikat November 2016 dengan tanpa adanya produk apapun di layar .....	155
Gambar 5. 7 Poster yang menampilkan foto diri Rerie L.Moerdijat dalam kapasitasnya sebagai Korwil Jateng dan DIY Partai Nasdem (foto kiri), dan aktivitas bisnis Rerie L.Moerdijat bersama Surya Paloh (foto kanan) dalam sebuah kegiatan bisnis infrastruktur di Aceh .....	158

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Target dan realisasi pendapatan Metrotv bulan Februari 2017. .....	2
Grafik 4. 1 Durasi dan Frekuensi Pasangan Calon Pada Live Report Pilkada DKI Jakarta.....	78
Grafik 4. 2 Proporsi Ideal Durasi Konten Versus Durasi Jeda Komersial .....	101
Grafik 4. 3 Proporsi Durasi Konten versus Durasi Jeda Komersial pada Program Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017.....	101
Grafik 4. 4 Perolehan TV Rating dan TV Share Metrotv Pada Hari Pencoblosan Pilkada 2017 Dibanding Perolehan TV Rating dan TV Share Mingguan, Bulanan, dan Tahunan. ....	102
Grafik 4. 5 TV Rating Metro TV Tanggal 13 – 16 Februari 2017. ....	103
Grafik 4. 6 TV Share Metro TV Tanggal 13 – 16 Februari 2017. ....	103
Grafik 4. 7 Perbandingan TV Rating MetroTV dengan TV Berita & TV Umum Lain Tanggal 13 – 16 Februari 2017.....	104
Grafik 4. 8 Perbandingan TV Share MetroTV dengan TV Berita & TV Umum Lain Tanggal 13 – 16 Februari 2017.....	104
Grafik 4. 9 Rangkuman Audience Reach dan Peringkat Metrotv tanggal 13-16 Februari 2017.....	105
Grafik 4. 10 Target dan Realisasi Pendapatan Metrotv .....	108
Grafik 4. 11 Frekuensi Iklan Niaga Selama Program Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017 .....	109
Grafik 5. 1 Perolehan TV Share Empat TV Berita dibanding TV Share Dua TV non- berita (General Entertainment).....	163

Grafik 5. 2 Demografis pemirsa Metrotv pada program Live Event  
Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017..... 167

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Tahun 2017 merupakan tahun yang sulit bagi bisnis televisi swasta di Indonesia. Hampir semua stasiun televisi swasta mengalami penurunan pendapatan (*revenue*) yang bersumber dari iklan. Data dari *advertise expenditure (adex)* tahun 2017 hingga bulan Juli, telah terjadi penurunan pertumbuhan *adex* sebesar 14,9 % dibanding tahun 2016.<sup>1</sup> Tak terkecuali yang dialami Metrotv. Tetapi khusus di bulan Februari 2017, Metrotv memperoleh pendapatan di atas target bulanan. Pada bulan Februari 2017 Metrotv memperoleh pendapatan sekitar Rp.74 miliar, sedangkan target pendapatan bulan Februari 2017 adalah Rp.70 miliar. Pencapaian itu terutama ditopang oleh perolehan pendapatan dari program *Live Event Mencari Negarawan tagline Mengawal Pilkada Serentak 2017* pada hari pemungutan suara tanggal 15 Februari 2017, sekitar Rp15 miliar. Sedangkan target harian pendapatan Metrotv pada bulan Februari 2017 adalah Rp2,5 miliar saja.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>AGB Nielsen. “*Advertising Expenditure 2016-2017*”. (Jakarta: 2017)

<sup>2</sup> *Screenshot* Wawancara Investigasi melalui *Whatsapp* dengan Sumber Internal Metrotv, Maret 2017., hlm.1,2,3