



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN BROADCASTING**

JUDUL : FAKTOR-FAKTOR BERPENGARUH PADA ISI
PROGRAM METRO SIANG DI METRO TV
(PERIODE MEI 2012)
NAMA : Duta Kejora
NIM : 44108010156
BIBLIOGRAFI : 5 Bab + 93 Halaman + Lampiran

ABSTRAKSI

Manusia adalah makhluk berfikir, oleh karena itu manusia memiliki kebutuhan akan informasi. Teknologi yang semakin berkembang memudahkan manusia dalam mencari dan mendapatkan informasi. Salah satunya melalui televisi. Beragamnya jenis program stasiun televisi, namun tak sedikit pemirsa yang memilih program informasi.

METRO SIANG merupakan salah satu bendera berita yang mewakili *brand* METRO TV, dan masuk ke dalam program berita unggulan METRO TV. Menurut Denis McQuail ada tujuh faktor yang mempengaruhi isi pesan media, yaitu pemasang iklan, pemilik, audien, masyarakat umum, penguasa/pemerintahan, kelompok penekan, dan internal organisasi. Jika pada rezim orba faktor penguasa lah yang dominan, maka penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu apa saja faktor-faktor yang paling berpengaruh pada isi pesan media saat ini.

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode wawancara mendalam, dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dengan narasumber. Penelitian ini difokuskan pada pemasang iklan, pemilik, audien, masyarakat umum, penguasa/pemerintahan, kelompok penekan, dan internal organisasi yang merupakan tujuh faktor berpengaruh dalam isi pesan media. Teknik analisis data menggunakan teknik triangulasi.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan tiga faktor yang paling berpengaruh dalam konten pesan media di METRO SIANG, Antara lain: audien, penguasa/pemerintahan, dan pemilik. Serta terdapat empat faktor lain yang tidak memberi pengaruh yang terlalu signifikan terhadap isi pesan media, yaitu masyarakat umum, internal organisasi, pemasang iklan dan kelompok penekan.