



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jurusan Broadcasting**

Nama : Bisma Suluh Septianju
NIM : 44105010-069
**Judul : Strategi Produksi Program METRO10 di Metro Tv Periode
Juni Sampai Dengan Agustus 2009**
Bibliografi : 5 Bab+102 Halaman+16 Referensi+Lampiran+Biografi

ABSTRAKSI

Komunikasi massa merupakan proses sebuah organisasi dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yang tersebar untuk mencapai tujuan tertentu, dalam hal ini adalah televisi. Saat ini telah banyak stasiun televisi yang membuat format produksi program acara salah satunya adalah *news magazine* yang diproduksi oleh metro Tv. Strategi dalam suatu program merupakan hal yang sangat dibutuhkan karena setiap program memiliki target, target suatu program yaitu untuk mendapat rating dan share yang tinggi, pada hal ini adalah program METRO10. Oleh karena itu permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi produksi program METRO10 di Metro Tv.

Program *magazine* merupakan program yang memiliki jangka waktu terbit, mingguan, bulanan, dan dwi bulanan, tergantung dari kemauan produser. Dalam program METRO10 memiliki jangka waktu mingguan untuk setiap penayangan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mencoba untuk melakukan penelitian untuk memaparkan bagaimana strategi proses produksi program METRO10 mulai dari pra produksi, produksi sampai pasca produksi. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam atau *indept interview* dengan key informan yang kompeten dibidangnya.

METRO10 adalah satu-satunya program *magazine* yang *best on riset*. Proses pengurutan dari yang terendah hingga tertinggi menurut jejak pendapat oleh masyarakat. Fokus penelitian dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana proses dari suatu tema untuk program METRO10 itu diangkat. Dengan melihat dari SOP (*Standart Operational Procedure*) yang didalamnya yaitu pra produksi, produksi, sampai pasca produksi. Dimana semua cakupan proses yang ada dalam produksi Metro10 terdapat didalam SOP tersebut.

Dari hasil penelitian penulis dapat katakan bahwa strategi produksi program METRO10 di Metro Tv pada periode Juni sampai dengan Agustus 2009 merupakan suatu proses yang dilakukan mulai dari pra produksi yang didalamnya adalah strategi penentuan ide dan tema serta perencanaan dan persiapan sebelum masuk ke proses produksi, pada proses produksi didalamnya meliputi strategi wawancara dengan narasumber dan strategi pengambilan gambar, hingga pasca produksi meliputi proses editing serta evaluasi program. semua itu melibatkan beberapa pihak serta dengan koordinasi yang baik, dan proses produksi harus berjalan secara sinergi, sesuai dengan kaedah-kaedah SOP (*Standart Operational Procedure*).