

ABSTRAK

Persaingan yang semakin sengit membuat media massa berlomba-lomba menyajikan informasi yang diminati khalayak. Salah satu cara untuk meraih minat khalayak adalah dengan menampilkan isu atau kasus dan narasumber kontroversial, seperti yang dilakukan Metro TV ketika menghadirkan program *Special Report* “Jadi Tersangka, Rafael Alun Bicara”. *Special Report* edisi Rafael Alun merupakan program khusus yang menghadirkan wawancara eksklusif bersama Rafael Alun dan istrinya, Ernie Meike Torondek. Untuk menarik minat publik, diperlukan strategi redaksi dalam meramu konten tersebut. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi redaksi Metro TV dalam penayangan narasumber kontroversial lewat program *Special Report* edisi Rafael Alun dan bagaimana implementasi strategi tersebut. Penelitian ini menggunakan teori *Hierarchy of Influence* dan konsep strategi redaksi sebagai pisau analisis. Paradigma yang digunakan adalah post positivisme dan metode yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data primer dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam terhadap sejumlah *informan*, yakni tim produksi dan penanggung jawab yang terlibat langsung dalam penayangan *Special Report* edisi Rafael Alun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 elemen penting terkait strategi redaksi Metro TV dalam penayangan *Special Report* edisi Rafael Alun, yakni (1) pemilihan isu yang sedang tren dan diminati masyarakat dan pemilihan narasumber, (2) pemilihan konsep program, (3) pemilihan tim produksi, (4) pengolahan konten sesuai dengan arahan redaksi dan redaksi, dan (5) evaluasi. Metro TV juga berusaha menyajikan konten yang berbeda dengan televisi berita lainnya, yakni menghadirkan wawancara eksklusif bersama Rafael Alun dan istrinya, Ernie Meike Torondek yang dikemas dengan narasumber tandingan, yakni Asep Iwan Iriawan sebagai pakar hukum pidana dan Boyamin Saiman sebagai Koordinator MAKI.

Kata kunci: *Hierarchy of Influence, Isu, Kasus, Media Massa, Metro TV, Narasumber, Strategi Redaksi*

ABSTRACT

The increasingly fierce competition makes mass media compete to present information that is of interest to the audience. One way to gain audience interest is by presenting controversial issues or cases and sources, as Metro TV did when presenting the Special Report program “Jadi Tersangka, Rafael Alun Bicara”. The Rafael Alun edition of Special Report is a special program that presents an exclusive interview with Rafael Alun and his wife, Ernie Meike Torondek. To attract public interest, an editorial strategy is needed in concocting the content. Therefore, the purpose of this research is to find out Metro TV's editorial strategy in airing controversial sources through the Rafael Alun edition of the Special Report program and how the strategy is implemented. This research uses the Hierarchy of Influence theory and the concept of editorial strategy as an analytical knife. The paradigm used is post-positivism and the method used is a case study with a qualitative approach. The primary data in this study is in-depth interviews with a number of informants, namely the production team and the person in charge who were directly involved in the broadcast of Rafael Alun's edition of Special Report. The results showed that there are 5 important elements related to Metro TV's editorial strategy in airing the Rafael Alun edition of Special Report, (1) selection of issues that are trending and in demand by the public and selection of sources, (2) selection of program concepts, (3) selection of production teams, (4) content processing in accordance with the direction of the editor and editor, and (5) evaluation. Metro TV also tries to present content that is different from other news television, namely presenting an exclusive interview with Rafael Alun and his wife, Ernie Meike Torondek, which is packaged with counterpoint sources, namely Asep Iwan Iriawan as a criminal law expert and Boyamin Saiman as MAKI Coordinator.

Keywords: *Case, Editorial Strategy, Hierarchy of Influence, Issue, Mass Media, Metro TV, Resource Person*