

**PERAN TAYANGAN EDITORIAL MEDIA INDONESIA DI METRO TV
DALAM MENAMBAH PENGETAHUAN
PADA MASYARAKAT KELURAHAN BULOTADAA TIMUR KOTA GORONTALO**

Oleh:

Widasri F. Abu

Debby. D. V Kawengian

Yuriwaty Pasoreh (e-mail: watypasoreh@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini didasarkan pada pemikiran bahwa salah satu televisi swasta Metro Tv memberikan suatu acara yang sangat menarik pemirsa yaitu program acara Editorial Media Indonesia adalah program acara bincang pagi yang ditayangkan secara Live di Metro TV. Dengan format acara berita terkini dimana acara tersebut mengupas tentang Editorial surat kabar media Indonesia. Dengan setiap hari ditayangkannya acara Editorial Media Indonesia mampu memberi pengetahuan baik segi pendidikan ataupun politik pada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan teori Uses and gratifications dan Metode Deskriptif serta kuisisioner diberikan kepada 75 responden yang mana setiap responden menjawab setiap pertanyaan.

Hasil Penelitian ini adalah Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV Berperan Dalam menambah Pengetahuan Pada Masyarakat Kelurahan Bulotadaa Timur Kota Gorontalo. Saran yang diberikan sebaiknya Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV selalu ditayangkan oleh Metro TV agar dapat menambah pengetahuan.

Kata Kunci: Tayangan Editorial Media Indonesia, Menambah Pengetahuan

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Media televisi sudah demikian besar daya tariknya bagi masyarakat baik sebagai pihak penyelenggara siaran maupun sebagai penikmat siaran-siaran yang disajikan. Begitu besarnya daya tarik media ini karena televisi mampu menyajikan informasi suara dan gambar dengan program tayangan yang disajikan semakin menarik dan bervariasi. Perkembangan media massa ini tidak lepas dari sejarah media pendahulu lainnya. Demikian besar minat masyarakat pada media ini juga berpengaruh besar dampaknya baik sosial, budaya, politik, ekonomi dan sektor lain di kehidupan masyarakat.

Secara harafiah televisi berasal dari kata tele (jauh) dan vision (pandangan), dapat diartikan "melihat sesuatu dari jarak jauh". Televisi sebagai suatu alat penyampaian informasi komunikator dari kepada komunikan, merupakan salah satu bagian dari sebuah sistem yang besar dan kompleks. Alat ini akan berfungsi dengan baik apabila ditempatkan dalam sebuah sistem yang saling bekerja sesuai fungsinya. Sistem ini disebut sebagai sistem penyiaran televisi yang meliputi: sistem produksi (pesan), pemancaran gelombang dan pesawat televisi itu sendiri sebagai media penerima siaran.

Televisi berkembang begitu cepat sejalan dengan perkembangan teknologi elektronika, telah menjadi fenomena besar di abad ini, perannya amat besar dalam membentuk pola dan pendapat umum, termasuk pendapat untuk menyenangi produk-produk tertentu, demikian pula perannya amat besar dalam pembentukan perilaku dan pola berfikir (Subroto, 1994:2). Kotak ajaib ini berperan besar dalam perkembangan baik

teknologi, ekonomi, politik dan di segala aspek kehidupan masyarakat. Di era millenium abad ke 20 ini televisi sudah merupakan barang yang sangat mempengaruhi pola kehidupan manusia. Pernyataan tersebut memang benar karena rata-rata hampir 90 % kehidupan manusia sudah terpengaruh dari adanya televisi tersebut. gaya hidup (life style), educations, hiburan, olahraga, music dan lain-lain. Kebanyakan manusia mengadopsinya dari televisi, sebuah benda dengan komposisi kotak kecil yang menayangkan segala informasi yang ada di dunia ini.

Fenomena tersebut selain berlangsung secara global di dunia ini, berlangsung juga di Indonesia. Seiring perkembangan teknologi televisi mulai masuk ke Indonesia secara bebas awal tahun 1990-an, dengan ditunjang oleh undang-undang kebebasan Pers di Indonesia, seiring itu pula banyak bermunculan televisi-televisi swasta nasional dan juga TV Lokal yang tersebar di hampir seluruh kota dan propinsi di Indonesia. Dengan adanya berbagai saluran TV yang ada memberikan banyak pilihan pada audiense yaitu masyarakat untuk memilih tayangan yang disukai dan diminati.

Tercatat ada beberapa televisi swasta di Indonesia yang memiliki penggemar tersendiri, antara lain adalah RCTI, SCTV, ANTV, MNC TV, Global tv, Metro TV, TV One, Indosiar. Semua stasiun broadcasting televisi ini selalu berlomba-lomba untuk memberikan tayangan atau program acara terbaik bagi pemirsa Indonesia. Maka dari itu pemirsa sering kali mendapatkan berbagai macam program acara yang di suguhkan oleh stasiun televisi tersebut.

Namun sering kali ditemukan bahwa banyak pula program acara yang sebenarnya tidak layak di konsumsi oleh masyarakat Indonesia, hal tersebut disebabkan karena program acara tersebut seringkali tidak memberikan manfaat positif bagi perkembangan masyarakat itu sendiri. Seharusnya dalam program acara perlu dilengkapi dengan unsur-unsur yang dapat memberikan manfaat positif bagi perkembangan masyarakat tersebut, misalnya harus mengandung unsur pendidikan yang lebih banyak dibandingkan unsur hiburan.

Berdasarkan pemikiran-pemikiran tersebut saat ini dengan begitu banyaknya stasiun televisi yang hadir di layar kaca, dan banyaknya program acara yang disuguhkan oleh tv broadcaster, memberikan pilihan yang sangat banyak bagi masyarakat untuk menonton televisi sesuai keinginan dan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Sesuai dengan teori komunikasi yang mendasari perkembangan media massa di era sekarang ini yaitu teori uses and gratifications dari Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1959, audience memiliki kekuatan untuk memilih tayangan mana yang sesuai dengan kebutuhan dan kegunaan manusia atau audience itu sendiri. Sangat berbeda dengan teori-teori awal komunikasi massa yaitu the bullet theory atau jarum hipodermik teori dari Wilbur scamm.

Menjadi sebuah permasalahan umum dan sekaligus menjadi sebuah pertanyaan dalam penelitian ini, apakah tayangan-tayangan tersebut mendapatkan hati pada pemirsa yang menontonnya. Konsekuensi dari permasalahan dan pertanyaan tersebut adalah bukan sedikit tayangan yang tidak bertahan lama pada program acara sebuah televisi. Hal tersebut beralasan karena program tersebut tidak mendapatkan pemirsa yang banyak alias kurang disukai, kemudian juga karena program acaranya memang tidak menarik ataupun jelek, kemudian kegunaan bagi masyarakat dinilai kurang, berdasarkan kegunaannya maka berbagai Televisi akan memberi suatu tayangan yang dapat berguna bagi masyarakat .

Salah satu televisi swasta Metro Tv memberikan suatu acara yang sangat menarik pemirsa yaitu program acara Editorial Media Indonesia adalah program acara bincang pagi yang ditayangkan secara Live di Metro TV. Dengan format acara berita terkini dimana acara

tersebut mengupas tentang Editorial surat kabar media Indonesia, acara tersebut setiap hari yang di tayangkan setiap hari jam 08:10-08:45 WITA, yang menjadi permasalahan sekarang ini dengan setiap hari ditayangkannya acara Editorial Media Indonesia mampu memberi pengetahuan baik segi pendidikan ataupun politik pada masyarakat, berdasarkan fenomena tersebut maka penulis telah meneliti dengan judul Peranan Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV Dalam menambah Pengetahuan Pada Masyarakat Kelurahan Bulotadaa Timur Kota Gorontalo.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Komunikasi Massa

Menurut pendapat Onong U. Effendi (1984;13-14) terdapat perbedaan antara para ahli mengenai komunikasi massa tersebut : para ahli psikologi berpendapat komunikasi massa adalah berpidato dihadapan sejumlah orang banyak disebuah lapangan. Maksudnya menunjukkan perilaku massa (mass behavior), itu dapat dikatakan komunikasi massa. Dan karena sama-sama merasa terpicat oleh pidato seorang orator, maka menjadi massa. Karena yang dilakukan oleh orator secara tatap muka seperti itu adalah massa membatasi pengertian komunikasi massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa misalnya surat kabar, majalah, radio dan film , dengan pengertian lain melalui media massa.

Pada hakekatnya komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa sebagai saluran pesan komunikasinya. Yang dimaksud dengan komunikasi massa (*mass communication*) disini adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum dan film yang diperuntukan di gedung-gedung bioskop.

Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media.

2. Teori Uses and Gratifications

Uses and gratifications untuk pertama kalinya diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam buku "*The Uses Of Mass Communications: Current Perspectives On Gratifications Research*". Penelitian diarahkan kepada jawaban pertanyaan"apa yang dilakukan media untuk khalayak. (*what do the media do to people*). (Edie Santoso; Mite Setiansah 2010 :106)

Teori ini lebih mengarahkan kapasitas dari pemirsa untuk memilih tayangan yang dianggap berguna dan sesuai kebutuhan dari pemirsa tersebut. menurut peneliti, teori ini dianggap tepat untuk mendasari perspektif masyarakat terhadap program acara Editorial Media Indonesia Di Metro TV tersebut.

METODE PENELITIAN

1. Metode Deskriptif

Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara dalam masyarakat dan situasi tertentu termasuk hubungan, kegiatan, sikap, pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.

Metode deskriptif adalah bertujuan untuk memaparkan situasi dan peristiwa. Metode deskriptif adalah yaitu mencari atau meneliti hubungan antara variabel-variabel.

Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat dekripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat serta fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. (Jalaluddin Rakhmat, 2004:24-25).

2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu Peranan Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV Dalam menambah Pengetahuan Pada Masyarakat Kelurahan Bulotadaa Timur Kota Gorontalo, definisi operasionalnya adalah Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV ikut memberi peran dalam menambah Pengetahuan dari segi politik, pendidikan dan umum Pada Masyarakat Kelurahan Bulotadaa Timur Kota Gorontalo, kemudian variabel tersebut akan diukur melalui indikator sebagai berikut:

- Konsep Isi/Tema (mengandung unsur Informatif, Pendidikan, Ekonomi, Politik)
- Pembawa Acara
- Nara Sumber
- Tokoh Dialog Interaktif
- Durasi Tayang
- Fekuensi menonton

3. Populasi Dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat yang ada di Kelurahan Bulotadaa Timur Kota Gorontalo, menurut pengamatan peneliti Di Kelurahan Bulotadaa Timur banyaknya penonton Acara Editorial Media Indonesia Di Metro TV, rata-rata penontonnya 75 penonton karena populasi kecil maka penelitian ini merupakan penelitian populasi dan jumlah sampel 75 penonton dengan teknik pengambilan sampel adalah cacah.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah alat untuk mengolah data yang ditemukan dilapangan melalui wawancara, menjalankan Quisioner, angket. Teknik analisis data digunakan bertujuan untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan tepat.

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Dimana data yang sudah ada diperoleh dari interview dan proses menjalankan quisioner kemudian diolah dengan table frekuensi dan persentase setelah itu di gambarkan dan dideskripsikan dalam bentuk kalimat, dan untuk hasil wawancara digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian yang diperoleh dengan kuisisioner dan angket.

Rumus frekuensi dan Prosentase adalah:

$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

Dimana :

P = Presentase

F = Frekuensi

N = Jumlah Sampel

Dari hasil penelitian ini maka akan dibuat dalam tabel frekuensi dan akan dihitung kedalam bentuk presentase, sehingga didapatkan hasil dari setiap kategori yang diteliti. Dan pada akhirnya hasil tersebut dideskripsikan kedalam bentuk kalimat yang merupakan kesimpulan dari penelitian ini.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Salah satu teknologi komunikasi adalah televisi, perkembangan pertelevisian begitu pesatnya sehingga berbagai macam televisi baik swasta maupun nasional didirikan sebagai upaya dari televisi untuk dapat tumbuh dan berkembang, Salah satu Televisi swasta yang berdiri adalah Metro TV. Metro TV mencoba bersaing dengan televisi lainnya dengan menyuguhkan berbagai acara-acara atau program-program, salah satunya acara Bincang Pagi Bedah Editorial Media Indonesia, Metro TV selalu menayangkan acara Bincang Pagi Bedah Editorial Media Indonesia setiap hari, yang isi pesannya tentang berita teraktual atau topik berita dari surat kabar Media Indonesia yang ditayangkan dengan dialog interaktif dan disiarkan pada jam 08.10 – 8.45 WITA pagi.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Peranan Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV Dalam menambah Pengetahuan Pada Masyarakat Kelurahan Bulotadaa Timur Kota Gorontalo, hasil penelitian dapat dilihat pada table-table berikut ini,

Tabel 5 memperlihatkan bahwa 71(95%) responden menyatakan seringnya Menonton Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV alasannya karena tayangan dalam bentuk bincang pagi Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV sangat menarik perhatian karena berita yang disajikan merupakan berita teraktual dan menjadi topik media Indonesia sehingga mereka hampir tiap hari menonton acara tersebut dan ini semua dapat dijelaskan bahwa ternyata Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV menarik untuk ditonton artinya dengan sering menonton Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV maka dapat menambah pengetahuan responden.

Selanjutnya Tabel 6 menunjukkan bahwa 51 (68%) responden menyatakan Durasi Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV sesuai dengan kebutuhan alasannya karena menurut mereka durasi tayang Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV sudah dapat mengulas topik yang menjadi berita sehingga penonton merasa mereka dapat memahami topik berita tersebut , sehingga simpulannya ternyata Durasi Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV sudah terpenuhi , hal ini mengindikasikan responden dapat memahami dan mengerti ulasan berita dari Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV sehingga pengetahuan mereka bertambah dengan durasi yang terpenuhi

Kemudian Tabel 7 menunjukkan bahwa 72 (96%) responden menyatakan Isi/Tema Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV Menarik Perhatian, alasannya kenapa mereka tertarik karena menurut mereka topik Editorial Media Indonesia di Metro yang menarik perhatian serta tayangannya yang aktual serta isi pesannya mengandung berita terkini yang menjadi pembicaraan masyarakat sehingga dengan menonton Editorial Media Indonesia di Metro dapat menambah pengetahuan dalam tentang permasalahan yang terjadi sebagai contoh KPK versi Polri dengan menonton Editorial Media Indonesia di

Metro dapat mengetahui secara rinci permasalahan karena dalam bincang pagi Editorial Media Indonesia di Metro mengupas secara mendalam dengan adanya pembawa acara serta moderator dan dialog interaktif dengan penelpon yang turut mengambil bagian dalam acara tersebut sehingga responden dapat mengetahui seluruh permasalahan sehingga dapat menambah pengetahuan dan diindikasikan Isi/Tema Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV Menarik Perhatian penonton sehingga responden cenderung mengikuti tayangan tersebut dengan selalu mengikuti tayangan tersebut dapat menambah pengetahuan responden

Data tabel 8 menunjukkan bahwa 69(92%) responden menyatakan Isi/Tema Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV mengandung Unsur Informatif karena menurut mereka Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV selalu memberikan informasi-informasi terkini dan teraktual seperti permasalahan-permasalahan yang terjadi di Indonesia jadi sifatnya memberikan informasi sehingga responden dapat mengetahui informasi tersebut dan dengan mengetahui informasi –informasi tersebut melalui Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV dapat menambah pengetahuan responden, hal ini mengindikasikan bahwa Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV selama ini memberi informasi yang terkini dan teraktual sehingga dapat menambah pengetahuan responden.

Data tabel 9 menunjukkan bahwa 63 (84 %) responden menyatakan Isi/Tema Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV mengandung Unsur Pendidikan karena menurut mereka bahwa unsur pendidikan pada Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV adalah pendidikan politik diajarkan untuk berpolitik yang beretika ,santun kemudian memberikan gambaran-gambaran bagaimana berpolitik untuk tidak saling menjatuhkan seperti contoh yang dikemukakan dalam dialog interaktif dimana pendapat mereka bahwa dalam berdemokrasi harus ada perubahan perilaku dari pelaku demokrasi, alasan lain yang dikemukakan oleh responden dia mencontohkan bahwa salah satu tema Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV adalah memerangi kejahatan narkoba hal ini mengandung unsur pendidikan tentang penggunaan narkoba yang berbahaya ,hal ini mengindikasikan bahwa dalam Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV mengandung unsur pendidikan untuk itu dari segi pendidikan responden dapat bertambah pengetahuannya.

Data tabel 10 menunjukkan bahwa 51 (68%) responden menyatakan Isi/Tema Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV mengandung Unsur Ekonomi hal ini menurut responden dalam temanya solusi kenaikan Bahan Bakar Minyak , juga kenaikan beras yang tak terkendali dalam bincang pagi hal ini dibahas bagaimana solusinya dan dampaknya bagi masyarakat dengan adanya tema tersebut maka responden dapat mengetahui solusinya, alasan lainnya seperti kenaikan gas elpiji juga dibahas dalam Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV bagaimana solusinya dengan berbagai alasan maka tersebut dapat diartika bahwa dengan selalu menonton dapat menambah pengetahuan dilihat dari unsur ekonominya , hal ini mengindikasikan dalam Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV juga mengandung unsur ekonomi sehingga dengan selalu menonton Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV akan bertambah pengetahuan dibidang ekonomi.

Data tabel 11 menunjukkan bahwa 70 (93%) responden menyatakan Isi/Tema Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV mengandung Unsur Politik alasan responden mengatakan hal tersebut karena banyak Tayangan dari Editorial Media Indonesia di Metro TV mengandung unsur politik seperti tema menyelamatkan keutuhan

KPK VS Polri tema ini mengandung unsur politik karena berkaitan dengan calon kapolri yang tidak dilantik karena ditetapkan tersangka oleh KPK dan alasan lain seperti yang dicontohkan oleh responden dengan hukuman mati bagi warga Australia dan Brazil sehingga menurut responden dengan selalu menonton Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV dapat menambah pengetahuan dibidang politik, hal ini mengindikasikan dengan selalu menonton Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV dapat menambah pengetahuan dibidang politik.

Data tabel 12 menunjukkan bahwa 49 (65%) responden menyatakan Pembawa Acara Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV Menarik Perhatian hal ini menurut mereka bahwa pembawa acara Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV menguasai acara yang dibawakannya , pembawa acara dapat mengarahkan acara tersebut dengan baik seperti contoh pembawa acara Leonard Samosir dalam membawa acara dapat mengarahkan baik moderator, nara sumber juga diarahkan lebih baik dan dapat menguasai permasalahan-permasalahan ketika membawa acara , hal ini mengindikasikan bahwa responden ternyata menyukai pembawa acara Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV sehingga dengan pembawa acara yang menarik membuat responden ingin selalu menonton Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV dan dengan selalu menonton dapat bertambah pengetahuannya.

Data tabel 13 menunjukkan bahwa 52 (69%) responden menyatakan Nara Sumber Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV Menarik Perhatian alasan responden mengatakan menarik karena nara sumber disini merupakan anggota dewan redaksi media group yang menguasai permasalahan yang berkaitan dengan topic/tema Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV, ini mengindikasikan bahwa nara sumber juga turut menentukan pengetahuan bertambah dari responden.

Tabel 14 menunjukkan bahwa 55 (73%) responden menyatakan Tokoh Dialog Interaktif Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV Menarik Perhatian alasannya karena tokoh dalam dialog interaktif selalu memberikan solusi yang positif demi kemajuan Negara seperti contoh dalam kasus terpidana mati Bali nine disini penelpon memberika solusi pada Bapak Presiden untuk tegas berdiplomasi atau berhubungan baik dengan Negara-negara lain sehingga kedaulatan Negara diakui oleh Negara-negara lain, hal ini mengindikasikan bahwa tokoh dialog Interaktif turut memberi pengetahuan pada responden.

Data tabel 15 menunjukkan bahwa 72 (96%) responden menyatakan Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV Dapat Menambah Pengetahuan alasan mereka karena dengan selalu menonton Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV dapat bertambah pengetahuan mereka baik dari bidang politik, ekonomi dan pendidikan , hal ini mengindikasikan bahwa Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV mampu memberi pengetahuan pada responden.

Selanjutnya Seluruh hasil penelitian ini dikaitkan dengan teori yang digunakan adalah Uses and Gratification, Uses and gratifications untuk pertama kalinya diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam buku "*The Uses Of Mass Communications: Current Perspektves On Gratifications Research*". Penelitian diarahkan kepada jawaban pertanyaan "apa yang dilakukan media untuk khalayak. (*what do the media do to people*). (Edie Santoso; Mite Setiansah 2010 :106)

Teori ini lebih mengarahkan kapasitas dari pemirsa untuk memilih tayangan yang dianggap berguna dan sesuai kebutuhan dari pemirsa tersebut. menurut peneliti, teori ini

dianggap tepat untuk mendasari perspektif masyarakat terhadap program acara Editorial Media Indonesia Di Metro TV tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV Berperan Dalam menambah Pengetahuan Pada Masyarakat Kelurahan Bulotadaa Timur Kota Gorontalo. Kesimpulannya dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Seringnya menonton Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV dan durasi tayang yang terpenuhi dari Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV dapat menambah pengetahuan bagi penonton Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV.
- 2) Konsep Isi /Tema yang mengandung unsur informatif dari Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV dapat menambah pengetahuan hal ini menurut mereka Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV selalu memberikan informasi. informasi terkini dan teraktual seperti permasalahan-permasalahan yang terjadi di Indonesia jadi sifatnya memberikan informasi sehingga responden dapat mengetahui informasi tersebut dan dengan mengetahui informasi –informasi tersebut melalui Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV.
- 3) Konsep Isi /Tema dari Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV yang mengandung unsur Pendidikan yaitu pendidikan politik,Ekonomi yaitu tentang kebijakan-kebijakan ekonomi dari pemerintah seperti kenaikan Bahan Bakar Minyak ,dan Politik dengan mengandung unsur-unsur tersebut sehingga responden dapat menambah pengetahuan dalam bidang Pendidikan,Ekonomi Dan Politik.
- 4) Pembawa Acara, Nara Sumber dan tokoh Dialog Interaktif yang menarik perhatian responden turut berperan dalam menambah pengetahuan artinya dengan Pembawa Acara, Nara Sumber dan tokoh Dialog Interaktif yang menarik perhatian sehingga responden tertarik untuk menonton Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV.

2. Saran

- 1) Sebaiknya Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV selalu ditayangkan oleh Metro TV agar dapat menambah pengetahuan karena terbukti Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV berperan Dalam menambah Pengetahuan Pada Masyarakat Kelurahan Bulotadaa Timur Kota Gorontalo.
- 2) Sebaiknya Televisi Metro TV dalam menayangkan Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV harus memperhatikan isi/tema yang mengandung unsur Informatif pendidikan,ekonomi, Politik hal ini terbukti Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV berperan Dalam menambah Pengetahuan Pada Masyarakat Kelurahan Bulotadaa Timur Kota Gorontalo.
- 3) Sebaiknya Metro TV dalam menayangkan Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV harus memperhatikan Pembawa acara, Nara Sumber, Tokoh Dialog Interaktif yang terbukti Tayangan Editorial Media Indonesia di Metro TV berperan Dalam menambah Pengetahuan Pada Masyarakat Kelurahan Bulotadaa Timur Kota Gorontalo

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, Jahi, 1988, *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan; Di Negara Negara Dunia Ketiga, Suatu Pengantar*, Jakarta: Gramedia.
- Arifin Anwar, 1992, *Strategi Komunikasi*, Bandung: Armico.
- Effendy, Onong. U., 1984, *Televisi Siaran Teori dan Praktek*, Bnadung: Alumni.
- Fisher, Aubrei, 1986, *Teori-Teori Komunikasi (Terjemahan)*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- M. M. Djojodinegoro, 1959, *Azas-azas Sosiologi*, Bandung: BinaCipta.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja RosdaKarya.
- Pratikno, 1982, *Lingkaran-lingkaran Komunikasi*, Bandung: Alumni.
- Rakhmat, Jalaluddin, 1989, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Karya.
- , 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sastro, Subroto, Darwanto. 1994. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Susanto, Astrid, 1977, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, Jilid I, Bandung: BinaCipta.
- , 1986, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- , 1989, *Kamus Ilmu Komunikasi*, Bandung: Mandar Maju.