

# Serupa Tapi Tak Sama: Disagregasi dalam Morning show di Indonesia

Maritta Cinintya Rastuti

## Abstrak/Abstract

Tulisan ini memisahkan istilah berita pagi – yang lebih dikenal – dari morning show, sehingga memperkenalkan istilah baru dalam format televisi di Indonesia. Daya tarik Morning show sebagai format program berita yang lebih santai dan informal, menimbulkan perbedaan yang sistematis sehingga mudah untuk diadaptasi. Alhasil, Morning show berhasil menyebar ke berbagai benua serta menjadi agen globalisasi media. Berfokus pada tiga program di Indonesia, yang berada di bawah definisi Wieten (2000), artikel ini mengeksplorasi penyesuaian oleh stasiun televisi Indonesia dalam memasukkan muatan lokal pada format global. Penolakan oleh pelaku media lokal terhadap homogenisasi, memunculkan disagregasi yang berhasil membedakan satu program dari yang lain.

*This article separates the term of morning news program – which is better known as – from morning show, hence introduces a new genre of television format in Indonesia. The lures of morning show as a more relaxed, informal form of news program has created such systematic distinctions that are easy to adapt. As a result, morning show can spread across continents and become an agent of media globalization. Focusing on three national programs that fall under the category of morning show according to Wieten (2000), the article explores adjustments attempted by Indonesian television stations in promoting local contents in the global format. Resistance of local media players to homogeneity generates emerges disaggregation that successfully differentiates one program from the other.*

## Kata kunci/Keywords:

Program berita pagi, *morning show*, disagregasi, program televisi, budaya populer

*News programme, morning show, disaggregation, television programme, pop culture*

Maritta Cinintya Rastuti  
Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Indonesia, Depok 16424  
[marittacrastuti@gmail.com](mailto:marittacrastuti@gmail.com)

**M**orning show erat kaitannya dengan waktu. Cukup jelas dari namanya, *Morning show* ditayangkan pada pagi hari atau dalam bahasa penyiaran, slot *early morning*. Penempatan ini tepat pada titik transisional dalam siklus harian kita, layaknya penempatan berita malam (Morse, 1986). *Morning show* menghantarkan penontonnya dari ranah privat – dimana sedang berlaku masa istirahat di rumah – untuk mempersiapkan diri ke ranah publik, yaitu bekerja.

*Morning show* bukan tipe program berita baru. Faktanya, di Amerika Serikat sudah menayangkan program berita genre *morning show* pada tahun 1950 bersama komedian Ernie Kovacs di stasiun televisi NBC (Broadcast Pioneers of Philadelphia, 2005). Semenjak itu, stasiun televisi di Amerika Serikat berlomba untuk menayangkan *Morning show* terbaik mereka. Muncul *Today* (NBC) pada tahun 1952, diikuti oleh rival sejatinya<sup>1</sup>, *Good Morning America* (ABC) pada tahun 1975.

Format *morning show* menyebar ke seluruh dunia, termasuk Inggris (Jones, 2004), juga mer-

<sup>1</sup>Persaingan antara *Today Show* dan *Good Morning Show* terdokumentasi baik dalam buku *Top of The Morning: Cutthroat World of Morning Show* (2013) karya jurnalis Brian Stelter.

embet ke negara-negara di Skandinavia (Wieten, 2000), televisi Australia pun tidak ketinggalan (Worringham & Buxton, 2013), hingga akhirnya masuk ke Indonesia. *Morning show* adalah tren global.

Kemunculan program berita dengan genre *morning show* diawali oleh *Apa Kabar Indonesia Pagi* (TVOne) pada tahun 2008. Format penyampaian berita yang ditampilkan oleh program ini – pembawaan santai tanpa adanya meja layaknya program berita biasa – memancing program berita pagi lain untuk mengubah tampilan set visual meski tetap membawakan paket berita keras. Baru kemudian muncul *8 Eleven Show* (Metro TV) pada tahun 2011, dengan sekelompok pembawa berita yang karismatik serta konten yang lebih ringan namun tetap *news worthy*<sup>2</sup>. Kedua program ini nampak mencuat dari program berita pagi yang lain tidak hanya karena ditayangkan pada saluran berita televisi, namun pengemasan program tersebut. Sampai NET TV muncul dengan program *morning show* tandingan yang paling mendekati format *morning show* yang ada di Amerika Serikat. Tulisan ini ingin melihat *morning show* sebagai genre baru dalam program televisi di Indonesia, sebagai pintu masuk dalam mengeksplorasi bagaimana stasiun televisi melakukan *distinction* dan disagregasi dalam mengadopsi format global ini.

Melalui tulisan ini, penulis akan memperkenalkan konsep *morning show* atau *breakfast television* sebagai salah satu genre program berita yang ada di layar kaca Indonesia. Sejatinya, *morning show* tidak sama dengan program berita pagi, atas dasar karakter yang dijabarkan oleh Jan Wieten (2000) dalam tulisannya *Breakfast Television: Infotainers at Daybreak*. Bagian berikutnya, penulis ingin menelusuri fenomena *global television news* yang dipaparkan oleh Chris Patterson (2000) dan Lisbeth Clausen (2013) mengenai Amerikanisasi dari berita global, bahwa homogenisasi dalam program *morning show* erat kaitannya dengan fenomena ‘*global television news*’. Dalam sesi ini, penulis berargumen bahwa *morning show* adalah sebuah genre yang mudah diadaptasi lintas budaya. Sehingga meski ada kemiripan konten akibat bentuk yang mengglobal, ada upaya untuk melakukan lokalisasi konten. Terakhir, penulis melakukan analisa komparatif dengan metode tekstual analisis yang berkonsentrasi pada tiga program berita dalam periode 2008 – 2013, sesuai dengan ciri-ciri yang dijabarkan oleh Wieten (2000), serta melihat lebih jauh apakah ketiga program ini melakukan disagregasi (Paxson, 2010) untuk menguatkan kembali ciri khas dari masing-masing program. Penulis kemudian mengambil kesimpulan bahwa pelaku media di Indonesia meski terinspirasi dengan format global tidak hanya mampu melakukan lokalisasi konten namun juga disagregasi program agar

<sup>2</sup>*Newsworthy* atau kelayakan berita adalah parameter untuk sebuah isu/kasus/berita yang menarik untuk diangkat dalam sebuah media. Menurut Bill Kovach dan Tom Rosentiel (2001), terdapat 9 elemen jurnalisme yang menjadikan sebuah berita menjadi layak untuk diliput dan dipublikasikan

dapat menekankan lagi perbedaan masing-masing program.

### Mendefinisikan *Morning Show*

Istilah *morning show* lebih banyak digunakan di Kanada dan Amerika Serikat, sedangkan *breakfast television* adalah istilah yang lebih sering dipakai di Eropa, Skandinavia, dan Inggris. Penggunaan istilah *breakfast television* lebih harafiah seperti yang dijelaskan Paddy Scannell (1996) ‘*in all its ways of attending to the present moment and producing it as the moment it is: breakfast time, time-to-get-up, to wash, shave, dress, clean teeth, snatch a bite to eat and off to school, factory, shop, office or wherever.*’ Meski demikian kedua istilah tidak ada perbedaan. Meski demikian, demi konsistensi dalam tulisan ini, penulis akan tetap menggunakan istilah *morning show* untuk lebih menonjolkan Amerikanisasi, konsep yang akan penulis perkenalkan lebih jauh pada bagian berikutnya.

Wieten (2000: 175) mendeskripsikan *morning show* sebagai acara yang hadir pada awal pagi hari atau ketika jam sarapan. Berita pagi ini mengambil slot *early morning* hingga awal slot *daytime* yaitu dari pukul 6:00 hingga pukul 11:00.<sup>3</sup> Subjek berita yang disampaikan sangat luas dan beragam, berbeda dengan program berita kebanyakan. *Morning show* akan melingkupi topik sains, budaya, pendidikan, lingkungan, industri hiburan dan budaya populer (Wieten, 2000: 178). Dibawakan oleh sekelompok pembawa berita, program ini biasanya disiarkan secara langsung, dan menargetkan demografik orang kantoran yang hendak berangkat kerja dan orang dewasa serta orang tua yang berada di rumah (Wieten, 2000: 176). Oleh karena sasaran demografis ini, tipikal format paruh pertama sebuah *morning show* akan menyampaikan berita keras<sup>4</sup>; sering menayangkan berita terkini mengenai isu besar yang terjadi pada malam sebelumnya, berita politik dan wawancara/diskusi dengan narasumber ahli, laporan bisnis, berita olahraga, laporan cuaca (untuk kawasan nasional dan regional), serta laporan lalu lintas, menargetkan pada mereka –para pekerja – yang sedang mempersiapkan diri untuk berangkat kerja. Untuk paruh kedua dalam format *morning show*, ada pergeseran audiens. Para pekerja sudah berada di jalan, biasanya tidak menonton televisi lagi. Sehingga dengan durasi program yang relatif panjang itu, *Morning show* harus memenuhi segmen kedua yaitu orang-orang yang masih berada di rumah, yang dominan ibu rumah tangga, sehingga konten berita berubah menjadi berita lunak, seperti berita *human-interest*, informasi gaya hidup, demo masak hingga penampilan *live music*.

Meski penjabaran di atas dapat menjelaskan bentuk dari *morning show*, namun hal tersebut bukan jantung dari program ini. Gaya penyampaian oleh presenter adalah satu

<sup>3</sup>Segmentasi waktu pada program televisi dan radio untuk mengikuti pola dan komposisi audiens sepanjang waktu. Ini juga berguna untuk pembelian slot iklan berdasarkan waktu ketimbang program. Pembagian waktu hanya terjadi pada hari kerja, dengan komposisi *late fringe* (pukul 00:00), *post late fringe/graveyard slot* (pukul 01:00 – 05:00), *early morning* (pukul 06:00 – 09:00), *daytime* (pukul 10:00 – 16:30), *early fringe* (pukul 16:30 – 19:30), *primetime* (pukul 19:30 – 22:00), dan *late news* (pukul 23:00 – 00:00. AllBusiness.com, 2000)

<sup>4</sup>Menurut Encyclopedia Britannica (2015) Berita keras atau *hard news* berkaitan dengan kebaruan berita mengenai peristiwa baru atau kejadian yang dianggap memiliki signifikansi lokal, regional, nasional, maupun internasional.

Tabel 1. Perbandingan Tiga *Morning show* di Indonesia

	<i>Apa Kabar Indonesia Pagi</i>	<i>8-11 Show</i>	<i>Indonesia Morning Show</i>
Stasiun televisi	TVOne	Metro TV	NET.
Waktu tayang (dalam WIB)	06:30 – 09:30	08:00 – 11:00	06:00 – 09:00
Pertama kali siaran	2008	2010	2013
Presenter ( <i>key people</i> )	Indy Rahmawati	Prabu Revolusi (2010 – sekarang) Tommy Tjokro (2010 – 2013) Marissa Anita (2010 – 2013)	Adrian Maulana Nirina Zubir Shahnaz Soehartono Marissa Anita
Lokasi	Lobby Wisma Nusantara, Thamrin, Jakarta. Trottoar Bunderan HI, Thamrin, Jakarta.	Studio	Studio NET.
Konten	Diskusi mendalam dengan narasumber. Membahas <i>headline</i> surat kabar pagi Informasi lalu lintas Penampilan dari musisi permanen Laporan lalu lintas dari TMC Polda Metro	Diskusi mendalam dengan narasumber Membahas <i>headline</i> surat kabar pagi dan <i>headline</i> berita online. Sesi masak dengan koki tamu Penampilan dari musisi tamu Laporan lalu lintas dari TMC Polda Metro	Wawancara dengan narasumber. Membacakan berita paket Sesi masak dengan koki tamu Laporan lalu lintas dari TMC Polda Metro
Gaya	Isu berat Kaku	Isu ringan & berat Santai	Isu ringan Santai
Pembawaan presenter	Duduk diatas sofa panjang	Berdiri. Hanya duduk ketika melakukan wawancara	Duduk di atas kursi dengan meja besar.
Target penonton	Pria Pekerja kantoran	Pria & Wanita Orang dewasa yang berada di rumah	Wanita Pekerja kantoran dan orang dewasa yang berada di rumah.
Keunikan	Porsi diskusi mendalam mendominasi. Tidak hanya fokus pada satu isu, melainkan semua isu dibawa dalam format panel diskusi. Pemilihan narasumber “menarik” serta menciptakan drama.	Fokus kepada karisma presenter. Presenter boleh menunjukkan kreasinya dalam membawakan berita. Demo masak Pertunjukkan musik	Gaya seperti mengobrol Demo masak Segmen kesehatan Berita ringan Reportase langsung yang menarik

Sumber: Dikompilasi melalui laman resmi stasiun televisi (TVOnenews.tv, netmedia.tv, dan Youtube).

hal utama yang menjadikan *morning show*, sebuah genre baru. Presenter terlihat lebih santai serta lebih banyak bergerak (Wieten, 2000; Jones, 2004; Gunter, 1989; Worringham & Buxton, 2013). Meskipun berita konvensional sudah mengadopsi gaya yang kurang formal, penyampaian berita masih terlihat lebih kaku atau *'public address mode'* (Corner, 1995). Presenter program berita konvensional menyampaikan dengan statis: presenter berada di satu tempat, tatapan mata menuju kamera karena membaca *teleprompter*, terdapat meja untuk meletakkan kertas, dan yang paling terlihat secara visual adalah senyum tipis yang hanya dikeluarkan pada awal dan akhir program. Presenter *morning show* tidak seperti ini.

Presenter lebih fleksibel untuk pindah dari satu titik ke titik lain serta lebih mudah beradaptasi dengan perubahan situasi ketika program sedang berjalan. Kemampuan untuk berimprovisasi, humor, dan spontanitas sangat dibutuhkan<sup>5</sup> dalam memandu program *Morning show* (Wieten, 2000, hlm. 188). Ini adalah alasan mengapa presenter *morning show* berperan besar. Faktor manusia melumasi kelancaran dari setiap stasiun televisi.

<sup>5</sup>Namun ketika sedang membacakan berita, presenter diharapkan lebih serius (Wieten, 2000, hlm. 188)

Penyiar atau pembawa berita yang baik mudah untuk dikenali oleh penontonnya, dan karena ini, produser program yang baik akan bekerja keras untuk mencari kecocokan di antara keduanya (Bittner, 1991). Nama besar atau figur karismatik sering digunakan untuk memandu *morning show*, misal jurnalis veteran seperti Barbara Walters<sup>6</sup> atau Sir David Frost<sup>7</sup>. Jikalau mereka bukan presenter terkenal, tayangan *Morning show* menghantarkan mereka pada popularitas, misal Matt Lauer di *Today Show* atau Diane Sawyer di *Good Morning America*. Di Indonesia, nama Tommy Tjokro, Prabu

<sup>6</sup>Berawal sebagai *Today Girl* di tahun 1964, Barbara Walters bersama beberapa pemandu wanita berperan sebagai presenter tambahan yang membahas topik mode, gaya hidup, cuaca, dan hiburan. Kemudian pada tahun 1966, Walters naik pangkat sebagai *co-host* bersama Gene Shalit dan Frank McGee hingga tahun 1974. Walters menjadi selebriti semenjak keluar dari *Today* dan memandu *20/20* kemudian *The View*.

<sup>7</sup>Sir David Frost menjadi terkenal melalui wawancara legendaris bersama mantan Presiden Amerika Serikat, Richard Nixon pada tahun 1977, mengenai kasus Watergate. Frost menjadi salah satu dari "Famous Five" yang meluncurkan TV-am di stasiun ITV pada tahun 1983 (Jones, 2004). Pada tahun 1993, Frost hengkang dari TV-am dan memandu program sendiri berjudul *Breakfast with Frost* hingga tahun 2005.

Revolusi, dan Marissa Anita dibesarkan oleh popularitas 8 *Eleven Show* (Metro TV). Namun dalam beberapa kasus, *Morning show* menunjukkan selebriti sebagai presenter untuk menarik audiens yang lebih banyak, seperti peregang Sharron Davies pada *The Big Breakfast*, aktor Adrian Maulana hingga aktris Nirina Zubir dalam *Indonesian Morning show* (NET TV).

Presenter menciptakan identitas dan kesamaan dalam program yang heterogen dan bersegmen. Presenter wajib menjaga atmosfer tidak hanya agar terus mengalir dan menarik, namun juga mudah beradaptasi pada peran spesifik yang dibutuhkan pada beberapa situasi. Presenter *Morning show* harus mahir untuk memadukan penyampaian informasi dengan hiburan. Penulis merumuskan elemen yang membentuk sebuah program genre *morning show*, sebagai berikut.

### Sebuah Tren: Format Global dan Konten Lokal

Kata “baru” sering dihubungkan dengan *morning show*. Meskipun pada faktanya, di Amerika Serikat, *morning show* adalah genre yang sudah lama beredar. Kemunculan *Today* pada saluran NBC di tahun 1952 adalah dobrakan, hingga kritik memprediksi program ini hanya akan bertahan sementara. Kenyataannya, 63 tahun kemudian *Today* tetap hidup dan semakin berkembang (Bliss, 2013). Edward Bliss (2013), mantan jurnalis di saluran televisi Amerika, CBS, memasukan dalam bukunya *Now The News: The Story of Broadcast Journalism*, pengumuman dari NBC yang Bliss sebut sebagai “*immodest*” atau congkak, namun bagi penulis merupakan definisi sebenarnya dari *morning show*:

*Before you leave home in the morning, even before you finish your second cup of coffee, you are going to become an ear and eye witness to every major world event – as it happened while you slept, as it happens now... This is the program that entertains as it informs. This is the morning briefing session that will arm you with information to meet the day more fully than any citizen has even been armed before.*

Kelahiran *Today*, sebagai *Morning show* pertama dan tel lama tayang, bukan tidak diliputi perasaan skeptikal. Bell (2011: x) menuliskan dalam pendahuluan buku *From Yesterday to Today: Six Decades of America's Favorite Morning Show*, *Morning show* adalah “*test pattern*” atau uji coba sebuah pola – pola kebiasaan. Bell menjelaskan bahwa sebelum televisi menayangkan program *morning show*, sarapan pagi didominasi dengan acara radio. Bahkan petinggi NBC sendiri masih kurang yakin bahwa penonton dapat melakukan banyak hal: sarapan, bersiap-siap, dan nonton televisi dalam waktu yang sama (hlm. x). Semua berubah ketika *Today* pertama kali tayang, diproduksi oleh Pat Weaver, tahun pertama *Today* dapat menarik 15.7 juta penonton – bertambah 5.2 juta penonton pada tahun berikutnya. Pertumbuhan ini mengukuhkan keberadaan *Today* – dan semua program *Morning show* (Battaglio, 2011).

Format program *Today* adalah berita bercampur dengan *feature* gaya hidup serta kepribadian dari para present-

er, yang kemudian menjadi panutan bagi *Morning show* lain di seluruh dunia. Dave Garroway, presenter pertama dari *Today*, dianggap sebagai salah satu faktor utama pengukuhan *Today*, dengan cara kerjanya yang kasual namun efektif (Murray, 1999). Tom Shales, kritikus dari *Washington Post*, menyebut Garroway “*the least grating, the most seemingly trustworthy, and one of the most assuring intruders ever to enter millions of American homes.*” (Bliss, 2013). Gaya Garroway menyelamatkan *Today* dari kehancuran<sup>8</sup> dengan karismanya sehingga ia pun disebut sebagai tolak ukur bahkan pionir dari semua presenter yang beraspirasi untuk membuat penonton merasa spesial (Murray, 1999: 89).

Terdapat satu momen sangat penting yang mengamplifikasi karakter *Today*: sebagai program yang memadukan berita dengan emosi universal. Dalam Perang Korea yang sedang berlangsung pada tahun 1952, tentara Amerika Serikat adalah bagian dari pasukan perdamaian yang dikirim Perserikatan Bangsa-Bangsa untuk melawan invasi Korea Utara ke Korea Selatan. *Today* merekam pesan Sersan Daniel Sinnott dan Sersan Bill Cassidy, dua tentara yang ditarik dari garda depan, dari Seoul, Korea Selatan. Hasil rekaman video dikirim langsung ke New York dan dipertontonkan pada keluarga ketika program sedang tayang langsung. Emosi yang dikeluarkan sungguh nyata dan memilukan – menjadi bukti nyata keberhasilan medium televisi dan lebih jauh keberhasilan *Today* dalam menangkap momen berharga (Mink, 2003).

Selama 23 tahun, *Today* memonopoli pangsa pasar *morning show*, hingga rival sejatinya *Good Morning America* (GMA) lahir di saluran televisi ABC pada tahun 1975. Sejak pertama langsung terlihat bahwa GMA berbeda. Presenter pertama GMA adalah seorang aktor televisi, dikenal oleh penonton, bernama David Hartman (Timberg, 2002). Dapat dikatakan langkah ini sangat kontroversial karena sebelum GMA, presenter *Morning show* berlatar belakang jurnalis atau pembawa berita. Meski begitu, Hartman dinilai ramah, kebabakan dengan energi dan rasa ingin tahu yang tinggi, punya kemiripan dengan Dave Garroway. Hartman serta pasangan siarannya Joan Lunden merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan GMA. Latar belakang Hartman mampun menggaet selebriti untuk tampil pada program tersebut, serta peran Lunden sebagai istri dan ibu yang bekerja sangat dipahami oleh audiens GMA (Browne & Browne, 2001).

Ada dua hal lain yang membedakan GMA serta pada akhir mengalahkan *Today* dari perang rating: sasaran penonton dan posisi GMA – digawangi oleh David Hartman dan Joan Lunden. Target utama penonton GMA sangat spesifik – perempuan pekerja tipikal berusia 32 tahun. Sedangkan *Today* masih didesain untuk melayani berita untuk audiens umum (Browne & Browne, 2001). Faktor lain adalah GMA tidak berada dibawah divisi berita melainkan divisi hiburan (Jones, 2004; Browne & Browne, 2001), memunculkan istilah baru yang memadukan “*in-*

<sup>8</sup>Pada penayangan perdana, *Today* tidak memiliki performa yang baik. Program ini dinilai terlalu kaku, seperti berada di “pos perang” dengan jumlah jam dinding yang banyak, deretan telepon, pengeras suara, dll. Garroway berhasil menarik perhatian penonton agar tetap tertarik, namun *Today* tidak menghasilkan secara finansial. Hingga akhir Fred J. Muggs, seekor simpanse, bersama Matthew J. Culligan, yang memaksa Garroway untuk melakukan jual beli melalui program tersebut. Melalui revolusi ini, catatan merah *Today* mulai menghilang (Murray, 1999).

formation” dan “entertainment” menjadi “infotainment” (Browne & Browne, 2001; Wieten, 2000).

Lisensi program *breakfast television* yang dikeluarkan oleh *Independent Broadcasting Authority* (IBA) milik Inggris di tahun 1980, memicu munculnya *Morning show* (Wieten, 2000). Namun sebenarnya program *Morning show* mulai lebih awal di Inggris dari tahun tersebut. Pada tahun 1977, Yorkshire Television mencoba – kemudian gagal – menayangkan *Good Morning Calendar* secara regional (Jones, 2004). Baru kemudian satu minggu setelah pengumuman IBA, BBC1 melahirkan *Breakfast Time*, dua minggu kemudian TV-am menayangkan program *Good Morning Britain*, yang disokong oleh jurnalis papan atas seperti Sir David Frost dan Angela Rippon (Gunter, 1989; Jones, 2004; Wieten, 2000). Secara karakter, *Breakfast Time* (BBC1) justru lebih santai dan ringan, ketimbang *Good Morning Britain* (TV-am), yang lebih serius dan intelektual (Wieten, 2000: 182), meski begitu kedua program ini memiliki fitur serupa: penempatan waktu slot, durasi 3 jam tayang, dan pembawaan informal. Kemunculan *Morning show* di Inggris kemudian diikuti oleh beberapa negara di Eropa – juga Skandinavia – seperti Swedia, kemudian Finlandia, Jerman, dan Belanda.

Fenomena *Morning show* tidak luput di region Asia Tenggara bahkan masuk ke beberapa negara lebih awal daripada di Indonesia. Filipina sudah mengadopsi format *Morning show* sejak tahun 1999 melalui program *Unang Hirit*. Program ini tayang di GMA Network merupakan *Morning show* terlama di televisi Filipina, tayang dari pukul 05.00 hingga 08.00 pagi (GMA Network, 2015). Program *Morning show* termasuk program populer di Filipina, mungkin akibat kedekatan secara kultural dengan negara yang pernah menjajahnya, Amerika Serikat.<sup>9</sup> Seperti GMA, *Unang Hirit* sangat menekankan pada penyampaian berita menghibur yang jauh dari kesan serius. Dalam studio, program ini menggunakan sofa serta mengedepankan *talkshow* dalam membahas suatu isu secara mendalam. Durasi waktu yang panjang memperbolehkan program ini untuk tampil dalam format majalah juga menghadirkan permainan antara tamu undangan dan presenter juga secara interaktif mengajak penonton. Contoh program *Morning show* lain adalah *Umagang Kay Ganda* di ABS-CBN dan *Good Morning Boss* di PTV. *Morning show* asal negara Filipina bisa jadi yang paling menyerupai format Amerika Serikat dan Eropa.

Berbeda dengan Filipina, Malaysia masih menitikberatkan pada keseriusan berita meski dibawakan dengan cara santai. *Malaysia Hari Ini* di TV3 merupakan program *Morning show* tertua bergenre *bual bicara* atau *talkshow* tayang perdana di tahun 1994. Berdasarkan Facebook resmi<sup>10</sup>, *Malaysia Hari Ini* tayang setiap hari kerja dari Senin hingga Jumat pada pukul 07.00 – 09.00 pagi. Sama seperti program *Morning show* di beberapa negara lain, *Malaysia Hari Ini* menyajikan berita dengan santai sembari duduk di sofa tanpa penggunaan meja. Berita yang disampaikan berupa *human interest* serta disajikan dalam bentuk *talkshow*. Sedangkan Singapura tidak tertarik un-

tuk menayangkan program *Morning show* yang menghibur melainkan lebih fokus pada informasi ekonomi dan bisnis yang dibawakan secara serius.

Tidak dapat dipungkiri bahwa *morning show* merupakan format global yang dapat diadopsi bentuknya meski lintas budaya. Semenjak kemunculan *Today* dan GMA, tidak hanya saluran televisi jaringan namun juga saluran televisi kabel berlomba untuk membuat program *Morning show* terbaik. Bahkan kompetisi ini berhasil mengurangi pemasukan berita malam dan program *Morning show* dinilai slot yang paling menguntungkan saat ini di Amerika Serikat (Worringham & Buxton, 2013). Kesuksesan program-program *Morning show* di Amerika, mendorong televisi di negara lain untuk menciptakan kebudayaan yang sama. Wieten (2000) menekankan bahwa tidak sulit melihat kesamaan format antara *breakfast television* di Eropa dengan *morning shows* di Amerika Serikat. Wieten bahkan menduga ini adalah gejala Amerikanisasi pada televisi dan jurnalisme televisi. Kemunculan berbagai program berita pagi yang menunjukkan karakteristik *Morning show* seperti yang dikemukakan Wieten mengindikasikan sebuah fenomena global.

Tapi *Morning show* bukan bentuk *franchise*, meski tidak bisa juga mengindahkan penjelasan Moran (2006) bahwa “format televisi adalah satu set panduan yang sistematis sehingga mudah untuk diadaptasi.” Format *Morning show* masih masuk dalam kategori Moran mengenai format televisi. Ada formula serta karakter yang mencolok menjadikan *Morning show* genre tersendiri pada program televisi, sehingga sangat menarik untuk diadaptasi meski lintas negara maupun budaya. Daya tarik *Morning show* jatuh pada proses kreativitas yang digunakan pada sebuah format yang konvensional. Meski format ini berasal dari negara Barat, dalam program televisi global pengadopsian ke dalam budaya lokal menjadi sangat penting.

Glokalisasi bisa jadi salah satu alternatif lain, pendekatan dari produksi *Morning show* ke dalam konteks lokal. Iwabuchi (2004) mendeskripsikan “merasa glocal” yang mana dunia global berada di ranah lokal dan konteks lokal yang berada dalam format global. Dalam jargon bisnis, “glocal” mengambil perspektif pasar global, namun membuat penyesuaian untuk penerimaan lokal. Dalam hal ini, tidak ada budaya lokal yang hilang akibat standarisasi. Dominasi dunia Barat dalam penyajian berita internasional juga menghasilkan sebuah standar. Meskipun begitu, stasiun televisi lokal berhasil mendomestifikasi konten tersebut agar lebih ramah terhadap lokal.

Lisbeth Clausen menulis dalam bukunya *Global News Production* (2013), bahwa gagasan yang sama dalam melihat globalisasi sebagai “*McDonaldisation*” atau “*Coca-colonisation*”, dapat diterapkan dalam fenomena homogenisasi produksi berita global (hlm. 10). Clausen mengacu pada tulisan Chris Paterson (2000), seorang akademisi dari Amerika Serikat, tentang *global television news*. Paterson menjelaskan bahwa homogenisasi dan menurunnya keberagaman dalam berita televisi secara global disebabkan oleh bahan berita yang terkonsentrasi pada satu sumber: agen berita internasional dan imperialisasi stasiun berita internasional. Paterson melanjutkan bahwa sedikit yang memberi perhatian terhadap gejala ini karena industri berita cepat sekali berubah dan sulit menentukan efek dari perubahan tersebut. Padahal efek globalisasi ini dapat mengancam eksistensi sebuah ke-

<sup>9</sup> Penulis sendiri yang mengambil kesimpulan bahwa *morning show* adalah program populer di Filipina melalui analisa. Mayoritas stasiun televisi di Filipina (dari berapa sampai berapa) menayangkan *morning show*.

<sup>10</sup> Website TV3 (<http://www.tv3.com.my/mhi>) tidak bisa diakses pada tanggal 28 Juni 2015

budayaan dan pluralitas ideologi, yang mana membawa identitas nasional dan lokal.

Dalam studi Paterson (2000), program berita lokal terlalu percaya akan objektivitas, keseimbangan, serta kementahan bahan berita yang disediakan oleh agen berita internasional. Karena kementahan ini, terutama, program lokal dapat mengkonstruksikan berita internasional mereka sendiri. Argumen Paterson menggambarkan dominasi agen internasional yang terlalu kuat, sehingga stasiun lokal menggunakan materi secara langsung tanpa mengembalikannya kembali. Clausen (2003) tidak setuju dengan ini.

Dari hasil temuan Clausen pada televisi nasional Jepang, mematahkan argumen Paterson bahwa agen lokal akan menggunakan langsung materi berita tanpa perubahan atau adanya kesadaran untuk mendomestifikasi konten tersebut. Clausen menjelaskan bahwa ini dapat terjadi karena agen internasional sering kali menggunakan *framing* lokal (Clausen, 2003: 13) namun tetap menggunakan konsep dan kebijakan 'global'. Padahal, contohnya di Jepang, tidak ditemukan berita internasional Jepang yang menyadur persis dari agen internasional. Televisi Jepang mampu menggunakan kamera sendiri untuk merekam kejadian tersebut sehingga menghasilkan berita yang sudah didomestifikasi.

Konteks ini dirasa cukup sulit dicari relasinya dengan fenomena *morning show* namun penulis ingin mengemukakan temuan Paterson dan Clausen bahwa globalisasi dan homogenisasi berita tidak hanya pada kulit luar, format. Hubungan teks dengan audiens dalam produk media global, terutama berita, sering kali tidak diacuhkan (Paterson, 2000), padahal hubungan memiliki implikasi yang luas. Artikel ini menambah kontribusi terhadap penelitian Clausen bahwa "sebuah bentuk komunikasi politik yang terstruktur juga genre media konvensional dapat terpengaruh oleh tren globalisasi bahkan mempunyai peran dalam hal ini."<sup>11</sup> Penulis ingin mendalami lebih jauh bagaimana hubungan teks global yang dihasilkan oleh *morning show* dapat didomestifikasi oleh pelaku media di Indonesia.

Budaya tiru tidak asing lagi di Indonesia. Sudibyo (2004: 67) menilai bahwa "homogenisasi isi media menjadi fenomena yang menggelikan dan memprihatinkan." Ia menjelaskan bahwa ciri khas atau spesialisasi merupakan satu hal yang langka pada televisi Indonesia (hlm. 67), sampai munculnya Metro TV, stasiun televisi khusus berita pertama di Indonesia. Gejala keseragaman isi juga terjadi pada lini pemberitaan televisi (hlm. 68), contohnya program berita kriminal. Sudibyo *et al.* meneliti adanya program televisi "serupa tapi tak sama" (hlm. 67), dimana program berita kriminal menjadi tren dan ada di setiap stasiun televisi kecuali Metro TV dan GlobalTV. Beberapa di antara program berita kriminal adalah *Sergap* (RCTI), *Buser dan Derap Hukum* (SCTV), *Patroli dan Jejak Kasus* (Indosiar), *Sidik* (TPI), *Kriminal* (Trans TV), *Indonesia Crime Story* (Lativi), *Tajuk Kriminal Perkotaan dan Modus* (TV7)<sup>12</sup>, dan *Sidik Jari* (ANTV). Ini menandakan bahwa homogenisasi adalah sebuah fenomena yang tidak hanya muncul pada program hiburan namun juga program berita. Dengan karakter *morning show* yang mudah

dibedakan ini dapat menyebabkan kemiripan secara visual maupun dalam konten. Sehingga tidak dapat dipungkiri kemiripan ini menyebabkan homogenisasi dalam program *morning show*.

Hingga bagian ini, penulis yakin bahwa *Morning show* adalah sebuah keberhasilan global yang mudah sekali untuk diadopsi. *Morning show* disebut sebagai program yang berhasil memunculkan genre baru pada tayangan televisi. Alasan lain yang semakin mengkotakan genre ini, karena keberhasilannya untuk beradaptasi dengan kebutuhan audiens modern, seperti yang disebut di atas, penonton yang defisit waktu dan atensi, dimana menonton televisi menjadi prioritas nomor sekian, jika disandingkan dengan prioritas-prioritas utama penonton ini. Tentu argumen Paterson tidak serta merta dapat disamakan dengan fenomena *Morning show* yang menular ke seluruh dunia. Dalam bagian ini, ditemukan bahwa mengadopsi format ini harus disertai dengan konteks lokal sebagaimana yang dilakukan oleh ketiga program *Morning show* yang penulis analisa.

Penulis melakukan analisis terhadap tiga program *morning show* yang ada di stasiun televisi nasional Indonesia, yaitu: *Apa Kabar Indonesia Pagi* di TVOne, *8 Eleven Show* di Metro TV, dan *Indonesia Morning show* (IMS) di NET. Pemilihan ini dilakukan berdasarkan penjelasan Wieten (2000) mengenai *morning show* yang mencakup slot waktu, format, dan target khalayak. Ketiga program memiliki slot waktu yang sama-sama pada jam umum *morning show*, yaitu antara slot *early morning* hingga awal slot *daytime*. Ketiga program juga memiliki format majalah, dimana paket berita beragam. Di antara paket ini adalah paket berita panjang dan pendek; berita keras dan ringan; wawancara dengan ahli; hingga demo masak. Ketiga program juga memiliki target audiens sesuai kriteria Wieten (2000), yakni pekerja yang hendak berangkat kerja dan orang dewasa yang berada di rumah. Target audiens ketiga program ini adalah ibu dan ayah rumah tangga, pengangguran, atau orang yang bekerja di rumah (Wieten, 2000: 176).

Data yang diperlukan untuk keperluan tulisan ini dikumpulkan melalui analisis tekstual. Analisis dilakukan melalui analisis konten dengan menonton ketiga acara tersebut, baik yang baru tayang di tahun 2013 maupun yang sudah tayang pada tahun-tahun sebelumnya. Data primer tersebut dikumpulkan melalui dokumentasi di situs web resmi<sup>13</sup> stasiun televisi dan dengan verifikasi lewat jejaring sosial, Youtube.<sup>14</sup> Tidak

<sup>11</sup>Terjemahan bebas dari *Global News Production* (Clausen, 2003: 13)

<sup>12</sup>TV7 adalah nama lama Trans 7 sebelum dibeli oleh Trans Corp.

<sup>13</sup>TVOne menyediakan halaman khusus untuk arsip video cuplikan dari tayangan *Apa Kabar Indonesia Pagi* meski video terakhir yang dimunculkan adalah video tanggal 23/04/2013. Sedangkan Metro TV tidak memberikan halaman khusus arsip video *8 Eleven Show* (TVOne, n.d; Metro TV, n.d)

<sup>14</sup>NET. memiliki kanal resmi dalam Youtube, sehingga seluruh video IMS tersip di dalam Youtube. Sedangkan *Apa Kabar Indonesia Pagi* dan *8 Eleven Show* tidak memiliki kanal khusus resmi. Maka, penulis mengetik kata kunci '*Apa Kabar Indonesia Pagi*' dan '*8 Eleven Show*' untuk mendapatkan dokumentasi video tidak resmi dari penonton kedua tayangan tersebut (Netmediatama, n.d)

semua stasiun televisi memiliki situs web resmi, hanya TVOne dan NET. yang secara lengkap mengarsipkan video program mereka dalam situs web resmi. Selain itu, NET. juga memiliki kanal resmi di Youtube sebagai pengarsipan program mereka. Sedangkan Metro TV tidak memiliki situs web resmi dan kanal resmi di Youtube. Untuk mendapatkan video, dilakukan penelusuran melalui Youtube dengan memasukkan kata kunci "8 Eleven Show Metro TV." Hasil penelusuran memperlihatkan tiga puluh empat ribu seratus hasil. Semua dokumentasi berupa video potongan maupun program secara utuh.

Penyajian data bersifat deskriptif dan ditujukan untuk memperoleh keterangan, informasi, dan data mengenai kasus yang dipilih. Analisis ditujukan untuk mengetahui elemen-elemen dalam *Morning show* sebagaimana diarahkan oleh Wieten (2010: 175-191) dalam esainya *Breakfast Television: Infotainers At Daybreak*. Di antara elemen tersebut adalah profil program, konten berita, pembagian segmen, pemilihan gaya bicara, dan aspek visual program.

### **Apa Kabar Indonesia Pagi (TVOne)**

Mendobrak format berita konvensional adalah syarat sebuah program yang tayang di TVOne. Sehingga, kemunculan *Apa Kabar Indonesia Pagi* bukan sebuah panggilan untuk mengeksploitasi pasar yang belum tersentuh namun bentuk kreativitas untuk menghasilkan produk baru. Menurut Winny Charita, Presenter dan Asisten Produser *Apa Kabar Indonesia Pagi*, program ini sudah ada dalam cetak biru TVOne; untuk menayangkan program berita dialog yang "ikonik, dekat dengan narasumber, mendalam, namun dibawakan dengan santai."

Tidak dapat dipungkiri, *Apa Kabar Indonesia Pagi* merupakan pelopor format *Morning show* di Indonesia. Tayang perdana pada tahun 2008, menurut situs web resmi TVOne, *Apa Kabar Indonesia Pagi* adalah sebuah tayangan berita yang memadukan pola news konvensional dengan kreativitas *On Air Presentation* ("Apa Kabar Indonesia", 2010). Winny menjelaskan bahwa belum ada program berita yang "dapat membawa penontonnya berada ke jantung Jakarta, yaitu Bunderan Hotel Indonesia." Andy Suharyanto, Produser *Apa Kabar Indonesia Pagi*, menambahkan bahwa sebelum program ini tayang, berita dibawakan terlalu serius:

*TVOne yang pertama membawa pemirsa ke luar ruangan dengan tayang langsung dari Wisma Nusantara dan sekitar Jalan MH. Thamrin. Kemudian kami membuat program menjadi lebih santai, mengapa? Karena kami adalah program yang mengutamakan dialog. Penting untuk membuat narasumber lebih nyaman untuk menciptakan kedekatan. Ini menjadi format yang kemudian direplikasi oleh televisi lain, terutama melihat kesuksesan dari format ini.*

Penayangan *Apa Kabar Indonesia Pagi* dengan format santai ini bukan tanpa alasan. Pasalnya, program ini memiliki target audiens sama dengan karakter *Morning show* yang dikemukakan Wieten

(2000). Andy menyatakan bahwa sasaran penonton merupakan para pelajar yang akan berangkat bekerja, sedang berada di jalan, bahkan sudah tiba di tempat kerjanya. Juga, menargetkan audiens perempuan utamanya ibu rumah tangga, sebagai pangsa pasar yang masih berada di rumah ketika *Apa Kabar Indonesia Pagi* tayang. Secara spesifik, sesuai dengan target TVOne sendiri, penonton utama mereka adalah segala gender dengan usia 40 – 60 tahun berasal dari kelas A-B-C-D. Untuk menggaet audiens ini, maka terbentuk tayangan yang mampu menggali isu mendalam, namun harus dibawakan dengan ringan untuk orang-orang yang akan memulai harinya.

Tayang selama 2 jam, dari pukul 06.30 hingga 08.30 WIB, pemilihan durasi program ini sudah mengalami beberapa kali penyesuaian. Andy menerangkan bahwa *Apa Kabar Indonesia Pagi* menanggapi dengan serius hasil riset yang dilakukan TVOne kepada audiens mengenai preferensi program yang ditayangkan. Sebelumnya, *Apa Kabar Indonesia Pagi* pernah tayang selama 3,5 jam. Tetapi hasil riset menunjukkan bahwa penonton tidak dapat bertahan terlalu lama menonton berita, durasi 2 jam dinilai paling tepat. Durasi program kemudian mempengaruhi bentuk berita yang disajikan oleh *Apa Kabar Indonesia Pagi*.

*Apa Kabar Indonesia Pagi* adalah tayangan *news talk-show*. Berita keras berupa kabar terbaru yang sebelumnya dibacakan pada *Kabar Pagi* diperdalam dengan dialog bersama narasumber pada *Apa Kabar Indonesia Pagi*. Pada segmen pertama yaitu pembacaan *headline* surat kabar, *Apa Kabar Indonesia Pagi* hadir di jalur pejalan kaki Jl. MH Thamrin, Jakarta. Berita berupa kilasan serta laporan lengkap juga menyajikan peristiwa terkini yang terjadi di Indonesia dan luar negeri. Tidak luput penyajian kabar terbaru dari peristiwa yang terjadi sepanjang malam atau dini hari sebelumnya. Setelah segmen pertama, presenter akan masuk ke Lobby Wisma Nusantara dan mengadakan diskusi mendalam dengan beberapa narasumber sesuai isu yang diangkat. Dalam penayangannya, *Apa Kabar Indonesia Pagi* dapat menjabarkan 3 – 4 topik: dari isu terhangat hingga isu ringan dengan *human interest*. Ini yang menjadi ciri khas *Apa Kabar Indonesia Pagi*, bahwa program ini tidak menggunakan format majalah.

Variasi konten ditekankan pada prioritas berita berdasarkan nilai berita tersebut: tinggi atau rendah. Agar menghindari format dialog yang terlalu monoton maka ditampilkan juga paket berita, laporan langsung dari reporter yang berada di tempat lain, *vox pop*, atau wawancara via telepon dengan narasumber yang lain. Selain itu, Winny menjelaskan bahwa pemilihan narasumber yang mewakili kedua belah pihak – pro dan kontra – menjaga penonton untuk bertahan.<sup>15</sup> Sehingga *Apa Kabar Indo-*

<sup>15</sup>Winny memberikan contoh pada tayangan program tanggal 28 Juni 2015 yang mengangkat isu kasus pembunuhan anak kecil bernama Angeline. Kepolisian Bali menetapkan Margaret, ibu angkat Angeline, sebagai tersangka. Sebagai praktek dari variasi format yang digunakan *Apa Kabar Indonesia Pagi*, mereka mewawancarai kuasa hukum Angeline, Hotman Paris yang berada di studio. Kemudian mengajak Kabid Humas Kepolisian Bali untuk turut memberi pernyataan. Tidak sampai di sini, TVOne mewawancarai kuasa hukum tersangka juga ibu kandung Angeline yang berdomisili di Banyuwangi. Selain untuk memenuhi kaedah jurnalistik: "cover both sides",

nesia Pagi mewawancarai minimal 2 narasumber. Topik yang dibahas biasanya adalah isu politik, ekonomi, atau kenegaraan, yang sedang hangat diperbincangkan di media. Narasumber yang diundang adalah orang-orang ahli atau orang-orang yang terlibat dalam isu tersebut. Itu mengapa durasi penayangan program mengambil waktu 2 jam agar diskusi bisa mendalam. Durasi waktu ini kemudian harus menghilangkan variasi konten lain seperti *live music* selain masalah efisiensi waktu atas durasi yang semakin diperpendek, ada karakter TVOne yang dipertaruhkan jika dipertahankan. Winny menjelaskan bahwa seiring berjalannya waktu, TVOne merasa karakter utama mereka berada di berita serta informasi olahraga, “sehingga harus mengurangi hal-hal yang tidak relawan dengan karakter tersebut.” Namun begitu, *Apa Kabar Indonesia Pagi* tetap mempertahankan elemen esensial di *Morning show* yaitu laporan lalu lintas disampaikan langsung oleh perwakilan dari Polda Metro Jaya. Acara ini juga bersifat interaktif, dimana penonton dipersilahkan untuk menghubungi program dan menyampaikan opini mereka dengan isu yang sedang dibahas. Intisari diskusi disampaikan dalam beberapa kalimat yang ditampilkan di layar kaca.

Seperti *Morning show* seharusnya, presenter adalah titik fokus, begitu juga yang terjadi di *Apa Kabar Indonesia Pagi*. Dipandu oleh Arief Fadhlil, Indy Rahmawati, dan Winny Charita, program ini mengutamakan kemampuan presenter untuk berimprovisasi dan *chit-chat*. Menurut Winny ini kedekatan masing-masing presenter akan membentuk harmoni yang membuat program semakin menarik.

### 8 Eleven Show (Metro TV)

Program *Morning show* lain adalah *8 Eleven Show* di Metro TV. Tayang pertama kali pada tahun 2011, sesuai namanya, program ini tayang dari pukul 08:00 hingga 11:00 WIB. Menurut Yunanto Hariandja, Eksekutif Produser *8 Eleven Show* di tahun 2011, kehadiran program ini dirancang agar berkesinambungan dengan program Metro Pagi yang sebelumnya tayang dari jam 5 hingga jam 8 pagi. Yunanto mengklasifikasikan *8 Eleven Show* sebagai “*newstainment*” perpaduan antara “*news*” dan “*entertainment*” untuk menekankan bahwa program ini bertolak belakang dengan sebelumnya, *Metro Pagi*, program berita konvensional yang dibacakan serius, *8 Eleven Show* adalah program berita berbalut hiburan.

*Genre 8 Eleven Show harus beda (dari program sebelumnya) karena pada jam ini durasi panjang, segmentasi beragam, serta ada variasi berita (format majalah, red.) [...] Itu mengapa kami menyebut “show”. Jam 8 hingga 11 adalah jam sepi, mereka tidak duduk nonton, melainkan beraktivitas. Kami harus bisa menggaet penonton untuk mendengarkan acara kami dan mengundang mereka untuk menonton berita maupun paket yang sedang ditayangkan.*

*8 Eleven Show* dibawakan secara ringan dengan mengutamakan metode “*chit-chat*” dan improvisasi. Yunanto menekankan bahwa pem-

Winny menerangkan bahwa ini merupakan cara agar berita yang disampaikan semakin menarik.

bawaan yang ringan ini tidak hanya terlihat dari cara pembacaan presenter tapi juga *lead* berita “yang tidak disampaikan seperti *anchor* yang membacakan dalam studio.” Menurut pantauan penulis, *8 Eleven Show* menggunakan *soft lead* namun tetap diramu agar berita tersebut terasa dekat dengan penonton sehingga menarik mereka untuk meninggalkan aktivitas yang sedang dilakukan dan menonton televisi.

Meski diadakan dalam studio, *8 Eleven Show* menggunakan istilah “*outdoor*” karena minimnya penggunaan LCD, layar hijau, CGI, dan meja, mereka memilih “menggunakan set yang *real*” serta minim penggunaan *teleprompter*. Maka di sini kemampuan presenter dalam improvisasi sangat dibutuhkan dan ini adalah perbedaan pertama *8 Eleven Show* dengan *Apa Kabar Indonesia Pagi*, keutamaan karisma presenter.

Pada awal tayang, *8 Eleven Show* dipandu oleh dua model presenter: utama dan *talkshow* ekonomi. Marissa Anita, Tommy Tjokro, dan Prabu Revolusi adalah trio pemandu utama yang membuka serta menutup program. Kedekatan serta karakter mereka yang kuat, memberikan nilai hiburan tersendiri bagi penonton. Misalnya, Tommy Tjokro tiba di studio, *in frame* dalam keadaan sedang melilitkan dasi dan mengenakan jas atau Marissa Anita bernyanyi diiringi saxophone. Dimana *Apa Kabar Indonesia Pagi* tidak mengadakan acara masak, sedangkan *8 Eleven Show* sering melakukan acara masak dengan koki tamu di bagian awal acara. Dan ketika koki selesai masak, maka makanan tersebut akan disajikan kepada narasumber yang sedang diundang, lalu disantap bersama presenter dan kru produksi. Presenter juga berpartisipasi dalam kegiatan yang mereka liput.

Program ini awalnya dipandu oleh tiga presenter, yaitu Prabu Revolusi, Tommy Tjokro, dan Marissa Anita. Karena format program yang mengedepankan karisma para presenternya, maka ketiga nama tersebut melambung dan mereka pun dikenal sebagai selebriti. Ketiga presenter memiliki latar belakang jurnalistik, pernah bekerja sebagai reporter di Metro TV maupun stasiun televisi lain. Tommy Tjokro, misalnya, merupakan reporter di Metro TV sebelum akhirnya menjadi presenter di *8 Eleven Show*. Ia kemudian pindah dari Metro TV dan menjadi presenter di saluran televisi kabel Bloomberg TV Indonesia. Sebelum menjadi presenter *8 Eleven Show*, Prabu Revolusi merupakan presenter berita *Metro Pagi*, *Editorial Media Indonesia*, dan *Indonesia This Morning*. Terakhir dan mungkin yang paling terkenal<sup>16</sup> adalah Marissa Anita. Sebelum menjadi presenter *8 Eleven Show*, Marissa Anita menjadi reporter lapangan selama tiga tahun. Kini, Marissa Anita tampil memandu acara berita pagi lain, yaitu *Indonesia Morning show* di NET.

<sup>16</sup>Ketika memasukkan kata kunci “8 Eleven Show” pada mesin pencari Google maka nama Marissa Anita yang paling banyak disebut. Bahkan pada halaman pertama Google, nama presenter lain tidak disebut.

Tabel 2. Komposisi berita berat dan ringan dalam **8-11 Show**

	Durasi (dalam menit)	Presentase
<i>Hard news</i> (berita paket mengenai isu politik, ekonomi, bisnis, kriminal, mancanegara, dll)	75 menit	41.7%
<i>Soft news</i> (demo masak, berita kemanusiaan, budaya, pendidikan, hiburan, dll)	105 menit	58.3%
Total	180 menit	100%

Sumber: Dikompilasi dari berbagai arsip video *8-11 Show* pada situs web Youtube.

Selain presenter utama, Maria Kalai bertugas sebagai presenter dalam segmen ekonomi dengan metode *talkshow*. Talkshow tersebut menyajikan konten yang serius namun dibawakan dengan cara yang lebih ringan. Namun sebelum masuk ke dalam segmen, presenter utama akan membacakan lead yang menghantarkan pada segmen tersebut. Selain ekonomi, *8 Eleven Show* juga membahas kesehatan, gaya hidup, hiburan, dll.

Pemilihan target audiens menjadi pembeda kedua *8 Eleven Show* dari *Morning show* yang lain. Pemilihan jam tayang pada pukul 8 pagi tentu membawa dampak pada target penonton yang berbeda dari *Morning show* lainnya. Dari jam tayangnya, target audiens program ini adalah untuk orang dewasa yang tinggal di rumah, dan bukan untuk para pekerja kantoran. Yunanto membenarkan bahkan menambahkan target audiens lain yang berada di luar kebiasaan, bahwa: “target (*8 Eleven Show*) adalah ibu rumah tangga dan mahasiswa”. Yunanto menjelaskan bahwa kedua demografis ini adalah audiens yang masih berada di rumah ketika *8 Eleven Show* tayang. Penempatan demo masak dalam program tidak hanya untuk menonjolkan karisma presenter, namun juga ditujukan untuk ibu rumah tangga.

Menargetkan mahasiswa yang mayoritas berada pada umur 19 – 24 tahun adalah langkah lain bagi *8 Eleven Show* untuk bisa berbeda dari kompetitornya. Sebagai stasiun televisi berita dengan demografis penonton A – B+ yang berhasil menarik audiens usia di atas 30 tahun, menarik audiens yang lebih muda adalah langkah untuk memperluas cakupan audiens – namun penulis tidak akan membahas jauh tentang ini. Yunanto menjelaskan bahwa penempatan *live band* yang berasal dari kalangan mahasiswa – bukan grup yang terkenal – dan membawakan lagu-lagu populer yang familiar di kuping penonton muda. Adanya musik menekankan lebih jauh bahwa program *8 Eleven Show* adalah “*show*” dimana kemasan program ini menarik.

### **Indonesia Morning Show (NET)**

Program berita pagi terbaru dan termuda dari ketiga program yang dianalisa adalah *Indonesia Morning show*

(IMS) di NET. Stasiun televisi yang dibentuk di tahun 2013, tayang pada saluran televisi *free-to-air*, NET serta hadir juga secara *live-streaming* di laman resmi stasiun tersebut. Cuplikan-cuplikan program mereka juga tersedia di kanal Youtube NET, juga menjadi saluran televisi pertama di Indonesia yang direkam menggunakan kamera High Definition (HD).

Berbeda dengan kedua program sebelumnya, IMS tampil lebih kaku karena berada di dalam studio. Para presenter duduk di belakang meja, sehingga memberikan batasan bagi presenter dengan memaksa mereka duduk di tempat. Meskipun begitu, IMS penyampaian berita masih tetap santai. Isi berita cenderung menjadi lebih *soft*. Misalnya, pemberitaan mengenai pemimpin mancanegara bukan tentang kebijakan politik mereka namun kehidupan pribadi mereka.<sup>17</sup> Ini yang disebut Kemal Ramdan, *Assistant Vice President of News*, sebagai cara NET. dalam mengarusutamakan berita:

*“Ide awal muncul dari Wishnutama – pendiri NET. – tentang program berita yang lebih “pop”, lebih mudah dicerna, dan lebih mudah diterima oleh anak muda. Apabila berita tersebut sedang membicarakan masalah (berat), tidak menggunakan bahasa yang ‘njelimet’ (susah dipahami, red.) “*

Tema “*Spirit of Sunrise*” yang menjadi *tagline* bagi IMS, sungguh dikhidmati secara visual dimana warna biru cerah mendominasi set studio. Harapan NET. semangat IMS dapat memenuhi budaya penonton Indonesia yang sangat membutuhkan informasi di pagi hari; seperti membaca surat kabar atau media *online*, ketika mencari berita di televisi, IMS harus jadi tujuan pertama mereka.

IMS hadir dari pukul 06:00 sampai 09:00 WIB, lebih pagi setengah jam dari *Apa Kabar Indonesia Pagi* dan lebih pagi 2 jam dari *8 Eleven Show*. Pemilihan waktu serta durasi menurut Kemal tidak memiliki alasan khusus, melainkan “untuk mengisi slot saja” karena program NET saat tayang belum terlalu banyak “sehingga semua program memiliki durasi yang panjang.” Namun

<sup>17</sup>Contoh IMS edisi 13 Juni 2013 yang membahas perceraian Vladimir Putin.

seiring waktu, NET sudah lebih paham pola perilaku penonton yang mana mereka tidak bisa menonton berita terlalu lama, tiga jam dinilai terlalu panjang. Mulai tahun 2015, durasi IMS diperpendek menjadi 1,5 jam.

Dipandu oleh Shahnaz Soehartono, Adrian Maulana, dan Marissa Anita, IMS memiliki perpaduan antara jurnalis dan non-jurnalis. Seperti Adrian Maulana, presenter IMS yang tidak berasal dari latar belakang jurnalis, lebih dikenal sebagai selebriti<sup>18</sup>. Kemal menjelaskan formasi presenter yang digunakannya, semakin menekankan posisi IMS sebagai program berita yang kreatif, yang mana Adrian Maulana berperan sebagai presenter yang dapat “memberikan sudut pandang non jurnalis”. Sedangkan, Shahnaz Soehartono dan Marissa Anita yang merupakan alumni Metro TV<sup>19</sup> dengan pengetahuan jurnalisisme mereka dapat menggunakan *framing*, konteks, *news judgement*. Pengalaman mereka dalam memandu program kompetitor IMS, *8 Eleven Show* memberikan nuansa yang disebut Kemal sebagai “*news-y* namun *entertaining*,” mengkombinasikan kredibilitas jurnalistik dengan kreativitas yang menghibur. Shahnaz dan Marissa tidak hanya membaca berita melalui *teleprompter* namun juga mampu melakukan improvisasi dan *chit-chat*.

IMS menampilkan paket informasi terkini dalam bentuk *hard news* – namun dibacakan dengan santai untuk membedakan berita yang disajikan pada NET 5 – *light news*, *entertainment*, olahraga, serta informasi lalu lintas. Program dibagi menjadi 3 segmentasi untuk mengakomodir target audiens yang berbeda-beda. Sesi pertama dialokasikan dari pukul 06.00 – 07.00 menayangkan berita keras, *update* mengenai berita semalam serta berita olahraga. Sesi kedua pada pukul 07.00 – 08.00, hari sudah semakin siang, jenis berita yang disampaikan bergeser menjadi lebih ringan seperti prakiraan cuaca, laporan lalu lintas, *soft news*, ekonomi kreatif, serta sesi talkshow yang disebut Kemal sebagai “modul” karena setiap modul membahas topik berbeda secara mendalam. Dari sesi kedua hingga sesi terakhir, IMS sudah memasuki waktu santai atau “*leisure time*” sehingga berita yang disampaikan cenderung semakin ringan. Sesi terakhir dari pukul 08.00 – 09.00 sudah minim berita, informasi disampaikan metode obrolan antara presenter dan narasumber seperti koki dalam demo masak atau wawancara dengan musisi setelah mereka tampil dalam IMS. Segmen kuliner dimana presenter akan melakukan demo masak bersama dengan koki tamu. Sama seperti *8 Eleven Show*, IMS memiliki satu presenter bertanggung jawab atas segmen kuliner (Karen Carlotta) dan satu presenter bertanggung jawab atas segmen Senam & Sehat (Maria

Kristin Yullianti). Presenter memandu segmen bersama atau sendiri secara bergantian. Karena usia IMS yang masih muda, maka banyak konten *news package* yang tidak diproduksi sendiri, terutama berita mancanegara.

Melihat dari pembagian segmen, mayoritas konten yang diproduksi oleh IMS adalah berita dengan presentase 60% (berita) dan 40% (hiburan). Bagi NET, berita yang dibalut kreativitas tidak hanya menonjolkan keunikan dari stasiun televisi, namun juga bentuk resistensi dari format yang lama yang kemas penting agar penonton bertahan lebih lama dalam menonton berita tidak beralih ke baca cepat atau hanya mengandalkan audio. Kedepannya, NET, ingin lebih fokus dalam memproduksi berita yang lebih berkualitas namun tetap mempertahankan presentase konten yang disajikan. Sebagai stasiun televisi umum, berita yang dihasilkan NET, pasti kalah cepat dari stasiun televisi berita, namun NET, yakin akan kemampuannya untuk menggali berita lebih dalam maupun mencari sisi lain dari isu tersebut. NET, mengaku berkiblat pada beberapa program *Morning show* di Amerika Serikat seperti GMA dan *This Morning* (CBS).

Namun begitu, Kemal merasa belum menemukan persis istilah yang tepat untuk IMS, alih-alih ia menyebut program ini sebagai “*variety news* karena pemilihan berita yang ‘*gado-gado*’”. Perlu ditekankan bahwa NET menolak menggunakan istilah *Morning show* karena genre tersebut mengemban kata “*show*” sehingga menonjolkan unsur hiburan. Meski, *Indonesia Morning show* juga menggunakan istilah “*show*” berbeda dengan Metro TV yang berani mengklaim genre tersebut, NET justru ingin mengaksentuasi program berita yang dibawakan dengan santai.

Target utama audiens IMS, sesuai dengan target utama penonton NET anak muda dari usia 19 – 30 tahun. Ini sebabnya, IMS bertujuan untuk menghasilkan program berita yang pop, tidak hanya secara visual juga pemilihan konten terutama unsur hiburannya, misal IMS menghadirkan musisi populer seperti Raisa dan Sheila On 7, hingga yang masuk dalam genre indie di Indonesia, seperti Sore. Ada upaya dari NET untuk memperlebar usia penonton pada ranah usia yang menjanjikan lebih banyak khalayak yaitu di usia 30 – 50 tahun. Langkah ini secara efektif diaplikasikan pada IMS dengan kehadiran Adrian Maulana, aktor yang populer pada dekade 1990-an, kurang familiar di anak muda namun dikenal oleh audiens dengan usia yang lebih dewasa terutama di kalangan ibu-ibu.

### Disagregasi pada Morning Show Lokal

Berdasarkan hasil temuan, ketiga program di atas – meskipun menolak – masuk dalam kategori *morning show* atau *breakfast television* yang sudah muncul di Amerika Serikat hingga Eropa. Ketiga program jatuh pada slot *early morning* dengan durasi waktu selama tiga jam, menunjukkan karakter *morning show* yang memiliki durasi panjang

<sup>18</sup>Terkenal pada decade 1990-an sebagai aktor layar televisi, Adrian Maulana juga meniti karir sebagai presenter hingga model.

<sup>19</sup>Marissa Anita merupakan pemandu *8 Eleven Show* dari tahun 2011 hingga 2013. Sedangkan Shahnaz Soehartono sempat memandu *811 on the weekend* serta program berita berbahasa Inggris, *World News*, sebelum bergabung di *Indonesian Morning Show* pada tahun 2013.

serta demografis dan psikografis yang luas. Durasi yang panjang pada jam “sibuk” ini, mendorong ketiga program untuk melakukan segmentasi atau sesi agar menunjukkan transisi dari penonton paruh pertama (para pekerja) ke penonton paruh kedua (orang-orang yang masih berada di rumah). Segmentasi ini menghasilkan konten berita beragam yang disebut Wieten (2000) sebagai format majalah. Pengemasan berita dibalut ringan, bisa jadi melalui pembawaan presenter maupun lebih menyeluruh dimulai dari penulisan *lead*. Pembawaan presenter lebih santai dari pembaca berita konvensional, serta menggunakan metode *chit-chat*, improvisasi, dan minim penggunaan teleprompter. Kemiripan elemen-elemen di atas mengkategorikan ketiga program tersebut sebagai *Morning show* sehingga sekilas terlihat adanya kemiripan atau homogenisasi yang dikatakan oleh Patterson. Namun, homogenisasi ini relatif.

Homogenisasi konten hanya terlihat di permukaan, untuk memberikan penekanan bahwa program tersebut masuk kategori *morning show*. Sedangkan dari hasil analisis tekstual, ketiga program ini melakukan inovasi tidak hanya untuk membedakan antara satu program dengan program lain namun juga melokalisasi format global agar lebih diterima pada masyarakat Indonesia.

Menempatkan ketiga program ini dalam spektrum, terlihat jelas bahwa *Apa Kabar Indonesia Pagi* memberi perhatian lebih terhadap diskusi, menjadikan program ini lebih serius dari dua program yang lainnya. Sedangkan, *8 Eleven Show* berada ditengah dengan porsi berita yang lebih banyak dan mendalam, serta berani tampil lebih siang dan menargetkan audiens yang berada di luar karakteristik penonton *morning show*. IMS dapat dikatakan yang paling mirip dengan format *Morning show* di Amerika Serikat dan Eropa yang mana NET. ingin menonjolkan program berita pop yang jauh dari karakter program berita di stasiun berita seperti TVOne dan Metro TV. Meski secara karakter ketiga program ini jatuh pada satu genre yang sama – dibalik istilah yang digunakan secara internal berbeda-beda – mereka tetap melakukan pembeda yang menimbulkan disgregasi.

Penulis berargumen bahwa yang terjadi adalah disgregasi pada konten program. Menurut Paxson (2010), disgregasi muncul ketika pilihan konsumen terhadap media semakin bertambah. Jumlah penonton semakin bertambah karena pertumbuhan penduduk (hlm.172) dan tidak semua penonton memiliki selera yang sama. Ini menyebabkan produser berupaya membedakan karya mereka, menargetkan pada demografis dan psikografis audiens yang lebih sempit sehingga lebih tersegmentasi (hlm. 8). Kustomisasi konten atau penyesuaian konten adalah cara yang sekarang banyak digunakan agar penonton bisa mendapatkan pengalaman media lebih menyeluruh, sesuai dengan hal-hal yang disukai atau yang dibenci. Meski penyesuaian konten lebih sering digunakan dalam konteks media baru, seperti Internet dalam mesin pencari Yahoo, Google, atau Bing (hlm.

174), penyesuaian konten juga ditemukan dalam *morning show*.

Disgregasi pada ketiga program bukan hanya pembeda biasa. Metro TV mengaku melakukan survey dan analisa mendalam tentang pasar usia mahasiswa yang membutuhkan informasi berita di pagi hari. Begitu juga dengan NET yang melakukan analisa tentang kesulitan target audiens mereka dalam memahami sebuah isu berat yang terlalu membingungkan, sehingga NET hadir untuk membumikan isu tersebut. Berdasarkan permintaan pasar, Metro TV dan NET menghadirkan program yang sesuai dengan kemauan penonton. Meski penonton tidak bisa melakukan kustomisasi seenaknya seperti yang dimaksud Paxson (2010) pada pengguna internet, televisi pun melakukan langkah yang sama untuk menjaga penontonnya.

Disgregasi yang terjadi pada ketiga program ini bertujuan agar konten yang mereka sampaikan bisa diterima oleh target pasar yang yang dituju. Hasil observasi menemukan bahwa konten yang mendominasi memang ditujukan agar lebih diterima oleh audiens. *Apa Kabar Indonesia Pagi* menitikberatkan pada diskusi mendalam, agar audiens laki-laki lebih menikmati program ini. *8 Eleven Show* paham bahwa pemilihan jam tayang yang sebagian besar didominasi oleh penonton perempuan, maka dipilih berita serius dengan sudut pandang ringan yang didapat dinikmati oleh kaum perempuan. Lebih dari itu, *8 Eleven Show* berani membuka program dengan penampilan musik *live* selain untuk mengumumkan perbedaan *8 Eleven Show* dengan program berita sebelumnya, *Metro Pagi*, juga untuk menarik perhatian mahasiswa/i agar menonton berita. Lalu, IMS memberi porsi lebih banyak pada berita ringan agar program ini diterima audiens perempuan segala usia juga anak muda.

Disgregasi ini dapat dilihat juga sebagai upaya semua program untuk mengadopsi format global ke dalam konteks lokal. Contohnya, pelaporan cuaca dalam program televisi nasional tidak bisa meniru persis seperti pelaporan cuaca pada program *Morning show* di Amerika Serikat dan Eropa. Kemal Ramadan dari NET menyatakan bahwa konsep pelaporan cuaca yang interaktif dan menghibur seperti pada program *Morning show* di Amerika Serikat tidak menarik karena topik cuaca dinilai kurang penting bagi masyarakat Indonesia. Biasanya, program berita nasional memberikan slot beberapa menit untuk memberitahu prakiraan cuaca serta suhu di beberapa kota besar tanpa ada presenter yang memandu. Contoh lain, pelaporan lalu lintas, yang mana program *morning show* global tidak memberi perhatian khusus pada segmen ini. Berbanding terbalik dengan program berita televisi nasional, laporan lalu lintas menjadi segmen integral terutama untuk audiens yang bermukim di DKI Jakarta atau kota-kota besar di Pulau Jawa lainnya.

Perlu ditilik bahwa yang paling utama dari adopsi format global ini, program lokal masih menolak untuk sepenuhnya mengikuti. Dari ketiga

program yang penulis teliti, tidak ada satu pun program yang mengikuti jalur GMA. GMA program *morning show* yang berada di bawah divisi hiburan dan bukan divisi berita. Pilihan GMA ini merupakan pilihan yang kontroversial meskipun mengirimkan pesan yang kuat terhadap kompetitor mereka tentang nadi sesungguhnya dari program mereka. Ketiga program *Morning show* masih berada di bawah divisi berita, karena mereka bersikeras bahwa utamanya ini program berita yang dibalut dengan hiburan sebagai bentuk kreativitas serta penekanan pada inovasi format berita.

### Kesimpulan

Tulisan ini mendefinisikan *morning show* sebagai satu format televisi yang sistematis dengan karakter yang sangat mencolok. Alhasil, format ini mudah sekali diadaptasi tidak hanya secara lokal, namun global; lintas negara dan lintas budaya.

Program *morning show* pasti menargetkan dua tipe audiens: pelaju yang hendak berangkat kerja dengan orang-orang yang masih berada di rumah. Pemilihan target audiens ini memberikan dasar atas pembangunan *morning show*. Durasi panjang – minimal 2 jam; setiap topik maupun format secara sadar diproduksi untuk mengakomodir kebutuhan audiens yang berbeda; serta peran integral presenter dalam membawa program ini lebih santai dan ringan; membentuk sebuah *morning show*. Adaptabilitas format ini memperbolehkan *Morning show* menyebar dari Amerika Serikat, Eropa, hingga Asia termasuk Indonesia. *Apa Kabar Indonesia Pagi*, *8 Eleven Show*, dan *Indonesia*

*Morning show* adalah tiga program yang masuk dalam kategori *morning show*.

Saya berargumen meski terjadinya proses globalisasi *morning show*, pelaku media lokal sadar bahwa masih ada ruang untuk melakukan lokalisasi terhadap konten tersebut. Bahkan dalam bentuk yang mentah seperti sumber berita dari agen berita internasional yang memaksa berita lokal untuk meniru habis-habisan tanpa diubah, masih memungkinkan adanya domestifikasi. Globalisasi, sebagai bentuk hibridasi antara globalisasi dan lokalisasi, menjembatani pengaruh global dengan penyesuaian lokal. Maka ini sesungguhnya yang dilakukan oleh pelaku media di Indonesia.

Menariknya, lokalisasi yang dilakukan bukan sekedar penyesuaian konten seperti minimalisir durasi laporan cuaca atau menekankan laporan lalu lintas saja. Penggunaan *morning show* sebagai identitas program pun ditolak oleh ketiga program *morning show* di Indonesia. Setiap stasiun televisi merasa hadir dengan ide dan formatnya sendiri, memberi sedikit kredit kepada para pionir *morning show*. Penolakan ini, penulis rasa, merupakan teriakan yang lebih keras dari satu program untuk program lain. Karena setiap program sudah dapat memetakan sendiri target audiens, memiliki karakter serta format yang spesifik, serta melakukan penyesuaian berdasarkan preferensi audiens mereka. Alhasil, setiap *morning show* di Indonesia tidak hanya mampu melokalisir kontennya namun juga melakukan disagregasi untuk membedakan program mereka dengan yang lain.

### Daftar Pustaka

- Battaglio, S. (2011). *From Yesterday to Today: Six Decades of America's Favorite Morning Show*. Philadelphia, PA: Running Press.
- Bitner, J. R. (1991). *Broadcasting and telecommunication: An Introduction*. Third Edition. Englewood Cliff, New Jersey: Prentice-Hall.
- Bliss Jr., E. (2013). *Now the News: The Story of Broadcast Journalism*. New York: Columbia University Press.
- Browne, R., & Browne, P. (2001). *The Guide to United States Popular Culture*. Madison, Wisconsin: The University of Wisconsin Press.
- Clausen, L. (2003). *Global News Production*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Corner, J. (1995). *Television Form and Public Address*. London: Edward Arnold.
- Encyclopedia Britannica. (2015). *Hard news | Journalism* | Retrieved 14 Juni 2014 dari britannica.com: <http://www.britannica.com/topic/hard-news>.
- GMA Network. (2015). *Unang Hirit*. Retrieved 28 Juni 2014, dari gmanetwork.com: <http://www.gmanetwork.com/news/show/unanghirit>
- Gunter, B. (1989). The U.K.: Measured Expansion on a Variety of Fronts. Dalam Becker, L. B. & Schoenbach, K. B. (eds). *Audience Responses to Media Diversification: Coping with Plenty*. Hillsdale, New Jersey, AS: Lawrence Erlbaum Associates.
- Iwabuchi, K. (2004). Feeling glocal: Japan in the global television format business. Dalam A. Moran, A. & Keane, M. (eds). *Television Across Asia: Television Industries, Programme Formats and Globalization* (21 - 35). London: RoutledgeCurzon.
- Jones, I. (2004). *Morning Glory: A History of British Breakfast Television*. Tiverton, Devon: Kelly Publications.
- Mink, E., Dolphin, L. & Brown, C. (2003). *This is Today: A Window on Our Time*. Kansas City, Missouri: National Broadcasting Company.
- Moran, A., & Malbon, J. (2006). *Understanding the Global TV Format*. Portland, Oregon: Intellect Books.
- Morse, M. (1986). The Television News Personality and Credibility: Reflections on the News in Transition. Dalam Modelski, T. (ed.). *Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Communication* (55-79). Bloomington: Indiana Press.
- Murray, M. D. (1999). *Encyclopedia of Television News*. Phoenix, Arizona: The Oryx Press.
- Net Mediatama Indonesia. (2013). *About Net*. Diambil pada Januari 14, 2014, dari netmedia.co.id: <http://www.netmedia.co.id/about>
- Paterson, C. (2000). Global News Television. Dalam Beynon, J. & Dunkerley, D. (eds). *Globalization: The Reader* (170-171). New York: Routledge.
- Paxson, P. (2010). Disaggregation and Convergence. Dalam Paxson, P. (ed), *Mass Communications and Media Studies: An Introduction* (171-189). New York: Continuum.
- Scannell, P. (1996). *Radio, Television and Modern Life*. Oxford: Blackwell.
- Shahaf, S., & Oren, T. (2013). Introduction: Television Formats Global Framework for Television Studies. Dalam Shahaf, T. & Shahaf, O. (ed.). *Global Television Formats: Understanding Television Across Borders* (1-21). London: Routledge.
- Sudibyo, A. (2004). *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta: LKIS.
- Timberg, B. (2002). *Television Talk: A History of the TV Talk Show*. Austin, TX: The University of Texas Press.
- TVOne. (n.d.). *Tentang Kami*. (<http://www.TVOnenews.tv/tentangkami/>, Producer) Diambil pada Januari 14, 2014, dari TVOnenews.tv.
- TVOne. (2010). *Apa Kabar Indonesia*. Diambil pada Januari 7, 2014, dari TVOnenews.tv: [http://video.TVOnenews.tv/program/apa\\_kabar\\_indonesia/4/](http://video.TVOnenews.tv/program/apa_kabar_indonesia/4/)
- Wieten, J. (2000). Breakfast Television: Infotainers at Daybreak. Dalam Wieten, J., Murdock, G., Dahlgren, P. (eds.), *Television Across Europe: A Comparative Introduction* (p. 175-197). London: Sage Publications.
- Worringham, R., & Buxton, R. (2013). Morning Television Program. Dalam Newcomb, H. (ed). *The Encyclopedia of Television* (1532-1533). New York: Routledge.