























(2007), ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mengemas pesan dan menyampaikannya yaitu :

1. Pemirsa
2. Waktu
3. Durasi
4. Format (penyajian)

Penyajian pesan dalam acara yang ditayangkan kepada pemirsa berkaitan dengan materi pesan dan jam tayang. Pesan harus disesuaikan dengan sasaran pemirsanya. Kelompok pemirsa dapat digolongkan menjadi pemirsa dewasa, anak-anak, remaja dan semua umur, sehingga waktu disesuaikan dengan minat dan kebiasaan pemirsanya memprediksikan pada waktu kapan pemirsanya (*audience*) yang menjadi sasaran isi pesan berada di rumah atau memiliki waktu luang untuk menonton.

Penayangan televisi harus berimbang di mana media televisi mencirikan proses interaksi bagi pemirsa dalam meningkatkan pengetahuan terhadap informasi yang berkembang. Selain itu, tingkat kepentingan dan kebutuhan pemirsa menjadi terpenuhi secara jelas dan terarah. Pesan yang disampaikan melalui televisi tidak langsung disiarkan sama persis dengan kejadian atau fakta yang ada di lapangan. Dalam penyajian dilakukan proses





































4. *Social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif) Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.
5. *Escapist needs* (kebutuhan Pelepasan) Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat ingin melarikan diri dari kenyataan, kelepasan emosi, ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

Dalam keaktifan khalayak dalam kehidupannya sehari-hari, terlihat mereka membutuhkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan mereka yakni melalui penggunaan media seperti membaca surat kabar yang mereka sukai, menonton acara televisi, atau mendengarkan musik favoritnya, dan lain-lain.

Daftar motif memang tidak terbatas. Tetapi operasionalisasi Blumer agak praktis untuk dijadikan petunjuk penelitian. Blumer menyebutkan tiga orientasi : orientasi kognitif (kebutuhan akan informasi, *surveillance* atau eksplorasi realitas), diversifikasi (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan), serta identitas personal (yakni, “menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri”).

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis isi media yang dikonsumsi dan

