

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Komunikasi pada jaman sekarang memiliki berbagai cara dalam berkomunikasi, ada yang secara langsung, ada yang tidak langsung. Komunikasi tidak langsung bertindak dengan medium, seperti radio, televisi. Dengan adanya cara komunikasi tersebut menghasilkan teori dalam proses komunikasi, melalui beberapa model dasar, salah satunya, model teori Lasswell. Mulyana (2016:148) menjelaskan proses komunikasi dalam model ini memiliki unsur-unsur *who* (siapa), *says what* (mengatakan apa), *in which channel* (dalam saluran apa) dan *with what effect* (dengan efek apa). Teori ini mengatakan bahwa sumber memberikan pesan kepada audiens melalui sebuah saluran atau media dan menimbulkan efek kepada audience tersebut.

Effendy (2000: 318) mengklasifikasikan efek komunikasi massa sebagai efek kognitif, afektif, dan konatif oleh publik. Publik didefinisikan sebagai sejumlah orang yang mempunyai kepentingan, atau kegemaran yang sama (Sastropetro, 1987: 35). Dengan adanya publik tersebut efek komunikasi dapat terwujud, salah satunya menghasilkan opini. Penelitian mengenai opini merupakan penelitian yang ada di tingkat afektif, dimana efek afektif berarti berkaitan dengan aspek emosional penonton (Effendy, 2000: 319). Opini juga dianggap sebagai jawaban lisan pada individu yang memberi respon atau tanggapan kepada rangsangan di mana suatu situasi atau keadaan yang pada umumnya diajukan suatu pertanyaan. (Sugianto, 2017: 3)

Dari penjelasan sebelumnya menghasilkan satu definisi yaitu definisi opini publik, yaitu suatu materi yang sangat ramai dibicarakan oleh berbagai ilmuwan di bidang ilmu sosial. (Sastropetro, 1987: vii) Menurut Benard Berelson mengemukakan bahwa dengan pendapat/opini publik diartikan *people's response* atau jawaban rakyat (persetujuan, ketidaksetujuan atau penolakan atau sikap acuh tak acuh) terhadap *issue-issue* yang bersifat politis dan sosial yang memerlukan perhatian umum, seperti hubungan internasional, kebijaksanaan dalam negeri, pemilihan (umum) untuk calon-calon, dan hubungan antarkelompok etnik. (Sastropetro, 1987: 55-56) Dalam hal ini peneliti ingin menguji teori tersebut, apakah teori tersebut dapat tersampaikan kepada komunikan atau tidak.

Komunikasi massa menurut sifat-sifatnya yang disampaikan oleh Michael W. Gamble (Nurudin, 2015: 8-9) adalah jenis komunikasi dimana suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan mesin, memproduksi dan mengirim pesan kepada khalayak yang besar, heterogen dan tersebar. Media tersebut disebut media massa. Massa sendiri dapat membentuk suatu kekuatan sosial karena ternyata manusia tidak dapat menguasai meupun mengendalikannya dalam krisis, oleh sebab itu sekarang massa menjadi pemain utama dalam menentukan pola masyarakat. Pengaruhnya dapat menentukan sikap mengenai persoalan sehari-hari. Disinilah tampak betapa politik adalah jauh dari perhatian masyarakat sehari-hari. (Susanto, 1985: 115). Salah satu media massanya yakni televisi. Televisi atau *television* adalah alat penangkap gambar atau penyiaran video secara *broadcast*. (Tekkay, Jimpong, & Paputungan, 2017: 6) Dunia televisi memiliki beragam

stasiun televisi yang salah satu stasiun televisi yang sering memberikan informasi bagi khalayak, seperti TvOne, Metro TV, dan Trans 7.

Selain itu dalam televisi memiliki banyak program-program *talkshow*/gelar wicara di stasiun televisi Indonesia. Acara ini merupakan acara yang menghadirkan narasumber sebagai informan dalam topik yang dibahas pada saat itu, dan terjadi saling berpendapat sehingga terjadi pro dan kontra. Menurut Hasan Asy'ari Oramahi dalam buku *Jurnalistik Televisi* (2015: 60) menjelaskan *talkshow* merupakan format berita paling mutakhir yang digemari khalayak. *Talkshow* memiliki daya tarik tersendiri karena beberapa pelaku berita hadir sekaligus, seperti moderator, panelis (peserta diskusi panel), narasumber, dan audiensi. Di sisi lain, menurut Salma Hanum dalam jurnal yang dibuat oleh Imanda Qinthara Rahman (2015: 870) *talkshow* bisa dibidang sebagai suatu sajian televisi, yang berupa perbincangan yang cukup menarik, dan biasanya tema yang diangkat merupakan isu-isu yang sedang hangat di kalangan masyarakat. Mulai dari sosial, budaya, politik, ekonomi, pendidikan, olahraga dan sebagainya. Dari penjelasan tersebut terdapat beberapa program *talkshow* dari berbagai stasiun televisi, seperti Kick Andy dari Metro TV, Lawyer Club dari TvOne, dan 3 program *talkshow* dari Trans 7, yakni Hitam Putih, Rumah Uya, dan Mata Najwa yang merupakan program *talkshow* baru yang baru hadir di stasiun ini.

Talkshow seperti Kick Andy merupakan *talkshow* yang tayang di Metro TV dengan pembawa acara Andy F. Noya. Menurut penelitian dari Agus Isnaien pada judul "Analisis Program Acara Kick Andy", ia menyatakan *talkshow* ini mengangkat topik-topik

mengenai kemasyarakatan seperti, kesehatan, pendidikan, dan budaya. (2011 : 6) Kemudian Indonesia Lawyer Club, dari penelitian mahasiswa Universitas Hasanuddin menyatakan *talkshow* ini merupakan *talkshow* unggulan dari stasiun televisi TVOne dan pernah mendapatkan penghargaan Panasonic Global Award. (2015 : 63)

Trans 7 merupakan stasiun televisi yang berdiri pada tanggal 22 Maret 2000. Saat ini Trans 7 menjadi televisi Indonesia dengan posisi *Smart, Entertaining, and Family*. (www.trans7.co.id) Selama perjalanannya trans 7 teala memiliki 3 program *talkshow*, yakni Hitam Putih, Mata Najwa, dan Rumah Uya. Di dalam siaran program tersebut memiliki perbedaan seperti pada program *talkshow* Hitam Putih. Hitam Putih memiliki pembawa acaranya Deddy Cobuzier, menurut Trans 7 sendiri merupakan program *flagship / icon talkshow* Trans 7 yang selalu menyajikan tema-tema mendidik, informatif, dan inspiratif sehingga menjadikan *core competency*. Salah satu *talkshow* yang cukup dikenal di Trans 7, ialah program Hitam Putih, termasuk dalam tema *showbiz, current, viral, dan unik*. (www.trans7.co.id) Program *tlakshow* selanjutnya adalah program *talkshow* Rumah Uya merupakan Program *talkshow* yang memiliki tujuan utama untuk menjadi mediator sekaligus mencarikan solusi bagi pihak-pihak yang berseteru. mengangkat kisah-kisah yang dekat dengan dunia anak muda dan permasalahan orang dewasa yang berada di dekat masyarakat. (www.trans7.co.id)

Sedangkan satu program baru yang berdiri di stasiun televisi Trans 7 pada bulan Januari 2018, yakni program Mata

Najwa. Program ini merupakan program yang cukup hangat dibidang isu/fenomena yang terjadi di nasional.

Awalnya program ini berdiri sejak Rabu, 25 November 2009 (Effendy, 2015: 293) dengan moderator Najwa Shihab, sebagai jurnalis senior. Menurut Najwa Shihab, Mata Najwa adalah sebentuk presuasi untuk melakukan refleksi kritis terhadap berbagai praktik politik dengan pengelihatn yang lebih tajam. (Effendy, 2015: 12). Program acara ini merupakan program *talkshow* yang bertajuk pada politik dengan narasumber-narasumber yang diundang merupakan tokoh terpercaya dan bersangkutan dengan masalahnya. Hingga perjalananya memiliki banyak penghargaan. Seperti penghargaan yang pada tahun 2017 ini pada ajang Indonesia Choice Award yang diadakan oleh NET dalam merayakan ulang tahunnya, Mata Najwa mendapatkan penghargaan sebagai TV *Program of the year* (www.jawapos.com). Lalu tahun 2017 survei menurut Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) bersama dengan sembilan Perguruan Tinggi Negeri terdapat 10 progam berkualitas, salah satunya Mata Najwa yang menempati urutan kedua dengan jumlah presentase 60,90% (seleb.tempo.co).

Seiringnya waktu pada pertengahan tahun 2017 Program *talkshow* tersebut berhenti siaran di Metro TV, dan kembali hadir pada bulan Januari 2018 di stasiun televisi Trans 7. Siaran berlangsung dengan episode pertamanya mengenai Anies-Sandi, pada tanggal 10 Januari 2018. Pada episode pertama di Trans 7, dengan topik: Hari Anies-Sandi: Kontroversi Tanah Abang mendatangkan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017-2020 Anies Baswedan dan Wakil Gubernurnya Sandiaga Uno.

Gambar I.1. Logo program *talkshow* Mata Najwa.



Sumber: narasi.tv, diakses 19 Februari 2018.

Tak lama juga Mata Najwa dalam waktu sepekan memiliki beberapa penghargaan dalam ajang Anugerah Komisi Penyiaran Indonesia sebagai Program *Talkshow* berita tahun 2018 dan Indonesian Television Award 2018 sebagai *Talkshow* Inspiratif populer di Indonesia. (www.instagram.com/matanajwa/, diakses 15 November 2018) Ajang episode perdana pada episode pertamanya berlangsung dengan cukup menarik dengan narasumber yang diundang pada saat itu, yakni Anies Baswedan dan Sandianga Uno.

Gambar I.2. Telah meraih penghargaan dari 2 nominasi selama menjalankan *talkshow* di Trans 7.



Sumber: instagram.com, diakses tanggal 20 Februari 2018

Sebelum *talkshow* ini berlangsung, terdapat beberapa komentar negatif mengenai tema yang akan diangkat, komentar tersebut terdapat beberapa curahan dari masyarakat. Terlihat dari akun media sosial *instagram* milik *matanajwa* sendiri pada dinding publikasinya menampilkan topik yang akan dibahas melalui sekilas gambar Najwa Shihab sedang berwawancara dengan Anies. Kemudian dalam kolom komentarnya sendiri menuliskan promosi topik yang diangkat pada Rabu, 14 November 2018. Setelah dipublikasi hasil yang didapatkan banyak komentar negatif, seperti akun *instagram* milik *@ardiamandika*, ia menuliskan

“Maaf mba @najwashihab kali ini saya langsung ganti Chanel begitu liat judul malam ini. Rasanya narasumbernya sangat tidak berbobot dan tidak ada manfaatnya. Malas banget nonton retorika @aniesbaswedan dengan gaya meyakinkan tetapi realisasi nol besar .”

Dan masih banyak akun lainnya yang menyatakan ketidak tertarikan melihat, maupun ejekan bagi Guburnya sendiri. Sedangkan pada topik-topik lain yang telah diangkat oleh program ini sebelumnya ada beberapa kata-kata inspiratif atau kata-kata mengusulkan narasumber untuk diangkat, walaupun didalamnya terdapat kata-kata negatif juga untuk program ini. Seperti akun *instagram* *@fajrm_*, pada topik yang dikupas pada program Matanajwa “Politik Perempuan”, menuliskan dalam kolom komentar,

“Politik perempuan memang sangat memikat dan mencuri perhatian kepada kaum2 wanita, tapi dibalik terpicat dan mencuri perhatiannya itu ada salah satu kasus wanita yang dia seorang mahasiswi yang mendapatkan kekerasan terhadap fisiknya terutama pada harga dirinya. Dan keadilan pun dipertanyakan dikejadian ini, dari sejak 2017 dia berjuang untuk mencari keadilan tetapi tidak satupun yg mampu menguatkan dia. Sebut saja dia Agni (nama samaran) berkuliah di UGM. Saya baca beritanya sangat memilukan 😞 Semoga mbak @najwashihab bisa jadikan ini referensi sebagai gerakan agar kejadian serupa tidak terulang lagi”.

Lalu akun *instagram* @xxmy.art, menulis keinginannya untuk menambah waktu tayangnya yang tidak hanya 1 minggu sekali, dengan alasan waktu yang dimilikinya tidak sesuai dengan waktu penayangan program Mata Najwa. Kemudian akun *instagram* milik @fathul_the_dacktor, ia menuliskan Najwa Shihab masih belum atau tetap tidak netral pada topik ‘Perempuan Politik’ yang diangkat pada program *talkshow* Mata Najwa sebelum ‘Jodoh untuk Anies’.

Kemudian pada Topik yang diangkat ‘Keluarga Rahasia Jokowi’ juga menuai beberapa komentar yang dapat mengundang beberapa kontroversi, seperti salah satu pernyataan dari @yoonharyono :

“Mata najwa harus adil dong, masa keluarga pak jokowi yg diliput, adil.... ditungguh tayangannya yah...”

Dari pernyataan tersebut membuat kontroversi sampai menjadi 10 lebih komentar, ada yang menyangkal bahwa topik yang dibahas bukan untuk kampanye atau ada yang mendukung Jokowi yang terbaik. Pernyataan yang dikatakan oleh yoonharyono ini dimuat oleh beberapa komentator dengan permintaan yang sama, meminta Prabowo pun juga ingin dihadirkan dalam program Mata najwa juga.

Gambar I.3. Komentar balasan pada akun @yoonharyono



Sumber: [instagram.com](https://www.instagram.com), diakses 12 Oktober 2018

Selanjutnya pada topik PSSI Bisa Apa, ada yang benar-benar mendukung terjadinya perbokaran posisi tertinggi di PSSI, dikarenakan dalam program tersebut telah dikemukakan beberapa cuplikan video dan pengakuan beberapa orang dalam PSSI mengenai penyuaipan skor pada permainan persepakbolaan Indonesia. Asal dari pembuatan topik ini berasal dari permintaan komentator untuk mengangkat permasalahan PSSI, kemudian ditayangkan.

Hal ini terlihat permasalahan yang terjadi terdapat pro kontra dari berbagai indikator dalam penanyangan *talkshow* yang disesuaikan dengan teori Kuswandi permasalahan ini sesuai dengan indikator, yakni pewawancara, narasumber, topik, audiens, dan durasi. (2015:105-107) Meskipun dibalik perkataan negatif terdapat beberapa kata yang menyemangati kelangsungan program ini.

Dari hasil fenomena tersebut, peneliti akan menggunakan metode survei deskriptif dengan menggunakan penyebaran kuisioner untuk mengumpulkan data dari responden. Survei merupakan satu bentuk sangat umum dari pengumpulan data untuk penelitian kuantitatif karena survei menghasilkan informasi statistik.

(Silalahi, 2015 : 438) Survei (dengan survei kuisioner dan survei wawancara) menanyakan banyak orang (responden) tentang hal-hal yang berhubungan dengan: perilaku, sikap atau pendapat, 7 karakteristik, harapan, klasifikasi diri, dan pengetahuan sekarang atau masa lalu mengenai objek-objek. (Silalahi, 2015 : 440).

Gambar I.4. Data hasil Rating Program Mata Najwa di Surabaya menurut Nielsen.

TV PROGRAM RATING & PROFILE: MATA NAJWA (METRO), All People 5+, Surabaya
2017

nielsen

Analysis : Programmes
Selected date(s) : 01/01/2017 - 31/12/2017;
Selected channel(s) : METRO
Selected day part(s) : 02.00.00 - 25.59.59 (GMTWTFJ);
Selected market(s) : Surabaya
Selected target(s) : People 5+
Total Individuals (People 5+, Surabaya) : 8.597.211 Individuals

Program Rating - People 5+, Surabaya

Program	Program Type	Channel	Average number of audience	Rating (%)*	Share (%)**
MATA NAJWA	Entertainment.Talkshow	METRO	36.404	0.42	1.88

Source : Nielsen

* Percentage of average number of audience towards TV population

**Percentage of average number of audience towards total TV viewers

Program Profile - MATA NAJWA (METRO), People 5+, Surabaya

Program	Program Type	Channel	Target	Index
MATA NAJWA	Entertainment.Talkshow	METRO	Male	112
			Female	88
			5-9 years	46
			10-14 years	39
			15-19 years	56
			20-29 years	59
			30-39 years	111
			40-49 years	84
			50+ years	220
			Upper	142
Middle	86			
Lower	75			

Profil penonton MATA NAJWA yang dominan: penonton laki-laki, usia 30-39 tahun, dan 50 tahun ke atas, serta penonton dari kelas atas.

Source : Nielsen

Index: angka yang menggambarkan profil pemirsa, yang juga mengidentifikasi efektivitas suatu program pada target pemirsa tertentu.

Jika index

<100 kurang efektif

>100 sangat efektif

= 100 efektif

Klasifikasi Ekonomi Sosial (SEC) adalah pengelompokan kelas sosial menjadi upper, middle, dan lower berdasarkan pada empat variabel, yaitu pengeluaran bulanan, sumber air minum, daya listrik, dan bahan bakar.

Sumber: Data Internal dari Nielsen Indonesia.

Responden dari penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan dengan usia 20 sampai 50 tahun yang bertempat di Surabaya, dengan ketentuan telah melihat Mata Najwa di Trans 7. Alasan rentang usia responden yang dipilih penulis merupakan umur

yang paling banyak responden memilih untuk menonton program *talkshow* Mata Najwa menurut Nielsen di Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian mengetahui opini-opini masyarakat Surabaya pada program *talkshow* Mata Najwa yang saat ini disiarkan di Trans 7. Lokasi yang digunakan di Surabaya karena Surabaya merupakan kota nomor 2 terbesar di Indonesia.

Penelitian sejenis terdapat pada skripsi ‘Opini penonton Surabaya mengenai program acara reality show 86 NET’ oleh Lia Megawati Linda, seorang mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam penelitian ini dengan penulis memiliki perbedaan, perbedaan tersebut terdapat pada program yang diteliti, dari skripsi ini Lia menggunakan program acara *reality show* 86 NET yang menghasilkan nilai opini positif dan negatif.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana Opini masyarakat Surabaya mengenai program *talkshow* Mata Najwa di Trans 7?

I.3. Tujuan Masalah

Tujuan dari penelitian ini, untuk mencari tahu bagaimana opini masyarakat Surabaya mengenai program *Talkshow* Mata Najwa di Trans 7.

I.4. Batasan Masalah

Peneliti memilih opini sebagai objek penelitian, dan penonton mata Najwa di Surabaya sebagai subjek penelitiannya. Penonton yang akan menjadi responden harus memenuhi kriteria tertentu, yaitu sebagai berikut:

1. Objek pada penelitian ini ialah opini masyarakat Surabaya pada program *talkshow* Mata Najwa di Trans 7.
2. Subjek penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang pernah menonton program *talkshow* Mata Najwa di Trans 7 Dengan kategori sebagai berikut:
 - a. Sudah menonton program *talkshow* Mata Najwa di Trans 7 Berdomisili di Surabaya.
 - b. Berumur 20-50 tahun.

I.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan pembelajaran, baik bagi lingkup Fikom UKWMS, semua mahasiswa Fikom di Indonesia maupun masyarakat Surabaya sendiri.
2. Secara praktis, Sebagai acuan dan masukan, baik bagi Trans 7 (Trans Corporation) ataupun pihak Najwa Shihab dan krunya dalam program *talksow* Mata Najwa dalam opini masyarakat Surabaya pada program *Talkshow* Mata Najwa di Trans 7.