

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berjudul: *Penerimaan Penonton Terhadap Keberpihakan Program Indonesia Lawyers Club Episode Debat Kedua Capres 2019: Benarkah Jokowi Diatas Angin?*. Program acara *talkshow* Indonesia Lawyers Club (ILC) yang sangat identik dengan tema mengenai politik dan sudah 9 tahun menghiasi program *talkshow* politik di TvOne. Program ILC yang menghadirkan sebuah konsep acara yang segar, yaitu dengan sebuah diskusi dan diberi sebuah tema khususnya politik yang sedang menjadi perbincangan masyarakat.

Program televisi yang dulunya bernama “Jakarta Lawyers Club” terkadang menghadirkan sebuah diskusi panas antar narasumber yang biasanya politisi ataupun pakar hukum atau politik. Kata “panas” yang bernada negatif ini, sering terlihat dalam tayangan ILC seakan-akan itu sudah menjadi sebuah konsep acara ILC. (Mayasari, 2015:63) Narasumber yang dihadirkan dalam program ILC hadir untuk mengklarifikasi, mendebat atau memberi pandangan profesional. Terkadang narasumber juga memberikan pendapatnya dengan melupakan etika kesantunan yang seharusnya (Mayasari, 2015:63).

Sebagai sebuah acara *talkshow* berita, ILC termasuk salah satu acara yang juga meraih banyak penghargaan. Dari awal kemunculannya acara yang selalu dipandu oleh seorang Karni Ilyas yang menyebut dirinya sebagai Presiden ILC ini

sudah meraih banyak penghargaan. Salah satunya tahun 2018, program ini meraih penghargaan sebagai Program Talkshow Berita Terfavorit yang juga dibarengi dengan terpilihnya Karni Ilyas sebagai Presenter Talkshow Berita Terfavorit (Viva.co.id, Desember 7, 2018).

Tayangan ILC muncul setiap hari Selasa pukul 19.30 wib, dan disiarkan secara *live*. Sementara untuk tayangan ulangnya setiap hari Minggu. Pada tahun 2012, program ini adalah salah satu dari empat program yang selalu mendapatkan protes terbanyak dari masyarakat selain program Kabar Petang (TVOne), Headline News (Metro TV), dan Super Trap (Trans TV) (Irawati, 2012:71).

Sebagai sebuah media massa televisi atau dalam hal ini program ILC, merupakan alat yang sangat strategis untuk mendorong proses demokratisasi bangsa, mengingat televisi adalah media yang langsung disaksikan rakyat mengenai peristiwa-peristiwa politik seperti pemilihan umum kepala daerah (Pilkada) atau siaran mengenai debat-debat publik yang membahas permasalahan bangsa. Kita sebagai masyarakat berhak mendapatkan informasi politik yang berkualitas dan mendidik (Jurdi, 2016:307).

Kemunculan ILC sebenarnya telah menggeser pola *talkshow* yang sudah biasa dilakukan oleh program *talkshow* stasiun televisi lain, sebut saja seperti program Mata Najwa yang hadir seperti konsep *talkshow* yang seperti biasanya dengan mengundang satu dua atau lebih narasumber. Perbedaan muncul ketika ILC mengemas sebuah acara *talkshow* yang menyerupai sebuah diskusi dan menghadirkan narasumber yang lebih banyak dan membuat *talkshow* berjalan

menarik. Karena banyaknya narasumber yang diundang untuk berdiskusi dan mereka diberikan tempat untuk mengklarifikasi, mendebat, atau memberikan pendapat professional tidak dapat dihindari pembicaraan atau perkataan yang jauh dari etika kesantunan. (Mayasari, 2015:64). Selain itu, ILC terkadang juga mempertontonkan sebuah konflik antara politisi yang pada akhirnya media menjual kontroversi ini pada sebuah program *talkshow* (Rusadi, 2012:24).

Keberpihakan media yang juga membuat media menjadi tidak objektif selalu menjadi pembicaraan ketika sebuah negara melakukan pesta demokrasi entah itu pilpres hingga pemilihan wali kota. Sebuah pertanyaan “bisakah media objektif?”, merupakan sebuah bentuk keraguan terhadap sikap dan fungsi media pada sebuah pembelajaran politik untuk bisa menjadi netral, independen, dan pelaksana kontrol yang efektif. Salah satu hal yang mendasari ketika sebuah media menjadi tidak objektif, adalah untuk meraih kepentingan ekonomi yang sebesar-besarnya dalam artian untuk meraih keuntungan yang besar (Subiako, 2012: 192).

Keberpihakan media sepertinya sudah menjadi hantu ketika sebuah Negara menjalankan pesta demokrasi dan beruntungnya bukan hanya Indonesia yang mengalami apa yang namanya keberpihakan media. Seperti yang terjadi di Australia Barat pada pemilihan kepala negara bagian, dimana Partai Buruh yang menjadi partai penguasa saat itu memprotes keras pemberitaan yang dilakukan oleh *The West Australian* salah satu media terbesar. Koran tersebut diprotes Partai Buruh karena pemberitaanya lebih berpihak pada Partai Liberal dan merugikan

Partai Buruh. Setelah diusut, ternyata Koran ini menerima suntikan dana dari Partai Liberal dan juga isu bahwa sebagian besar karyawannya adalah pendukung partai ini (Subiakto, 2012: 195).

Program televisi Indonesia Lawyers Club ketika pemilihan presiden selalu menjadi bahan pembicaraan karena selalu dikaitkan dengan keberpihakannya pada salah satu pasangan calon. Selama dua kali pilpres yaitu 2014 dan 2019, ILC memang tidak bisa lepas dari sebuah pemberitaan mengenai keberpihakan. Seperti pada pilpres 2014, ILC memang mengakui bahwa pada pilpres tersebut mereka berpihak pada salah satu pasangan capres. Hal tersebut memang diakui oleh Karni Ilyas, yang akhirnya ia memutuskan untuk meliburkan ILC karena sibuk untuk mendukung kampanye salah satu calon (Makassar-tribunnews.com, April 23, 2019).

Pada pilpres 2019, Karni Ilyas dan ILC sangat yakin bahwa pada pilpres kali ini programnya tidak memihak salah satu calon presiden. Namun jika sebuah media melakukan keberpihakan, maka dapat dipastikan masyarakat akan tetap mengingat kejadiannya selama bertahun-tahun (Subiakto, 2012:200). Itulah yang terjadi pada Karni Ilyas dan ILC pada pilpres 2019. Saat itu Karni Ilyas harus berdebat dengan salah seorang *netizen* di media sosialnya, yang mengatakan bahwa ILC adalah sebuah program yang menyediakan panggung untuk para pembenci Jokowi dan menuding ia dan ILC berpihak kepada Prabowo. Dengan tuduhan tersebut, Karni Ilyas mengaku hanya memfasilitasi kedua kubu untuk

berdebat dan juga bukan urusannya untuk menentukan siapa yang menang (Pos-Kupang.com, Januari 14, 2019).

Namun tampaknya keberpihakan ILC terhadap pasangan capres 02 semakin terlihat karena munculnya kabar bahwa program ILC dipaksa untuk dibungkam oleh pemerintah, seperti yang dilaporkan oleh tim hukum Prabowo dalam dalil sengketa pilpres 2019 kepada Mahkamah Konstitusi. Menanggapi laporan tersebut, politisi Andi Arief dari Partai Demokrat meragukan laporan dari tim hukum Prabowo. Bahkan ia menyarankan Karni Ilyas sebagai pemimpin redaksi TV One dan pembawa acara ILC untuk memberikan keterangannya jika memang program ILC dibungkam atau dihentikan oleh pemerintah (Suara.com, Juni 15, 2019).

Memilih program ILC khususnya episode debat kedua capres 2019 sebagai objek dari penelitian ini bukan tanpa alasan. Peneliti memilih debat kedua capres 2019 yang membahas tema mengenai infrastruktur, pangan, energi, sumber daya alam dan lingkungan hidup karena banyaknya pemberitaan yang menarik dari tema yang diangkat. Pada debat kedua ini wakil ketua Tim Kampanye Nasional, Abdur Karding mengklaim bahwa Jokowi menang dalam semua aspek debat sementara Prabowo hanya menerima saja tanpa mendebat argumen dari Jokowi. Sementara di pihak Prabowo lewat juru bicara Badan Pemenangan Nasional (BPN) Andre Rosiade, menyatakan bahwa Jokowi banyak menggunakan kesalahan data khususnya mengenai data kebakaran hutan (Tribbunstyle.com,

Februari 18, 2019). . Selain itu dalam tayangan ini peneliti melihat ada beberapa bagian yang memang ILC untuk melindungi salah satu capres 2019.

Pemberitaan seperti kesalahan data, kebakaran hutan oleh Jokowi lalu debat capres yang dirasa kurang seru karena Prabowo lebih banyak menyetujui argumen Jokowi, hingga pengucapan kata *unicorn* yang dikoreksi Prabowo merupakan hal-hal menarik ketika debat capres kedua berlangsung. Tiga hal menarik itu yang membuat peneliti memilih tema debat kedua capres 2019 dibandingkan dengan tema debat pertama yang hanya menarik dari segi teknis saja seperti kisi-kisi pertanyaan yang sudah diberikan masing-masing capres.

Ketika acara debat kandidat selesai, adanya acara pasca debat yang membuat pilpres semakin seru karena membahas hal-hal unik pasca debat yang telah berlangsung. Salah satu acara yang membahas pasca debat adalah program ILC. Dari semua debat yang telah berlangsung, ILC sangat serius dalam pembahasan mengenai apa yang terjadi dalam debat kandidat capres dan dijadikan tema untuk menuntun kegiatan diskusi. Seperti pada debat pertama Capres-Cawapres, tayangan ILC pada hari Selasa tanggal 22 Januari 2019 membahas tema mengenai debat pertama tersebut dengan judul “Babak Pertama Debat Capres 2019: Siapa Yang Menang?”. Dalam tema ini, ILC mengundang tim sukses dari kedua kubu yaitu Tim Kampanye Nasional (TKN) dan juga Badan Pemenangan Nasional (BPN). Kedua kubu dalam acara ILC saling menyatakan bahwa capres yang didukungnya sama-sama memenangkan debat pertama capres.

Apalagi dalam debat pertama capres, terdapat info menarik bahwa seluruh pertanyaan atau kisi-kisi telah diberikan pada masing-masing capres-cawapres.

Setiap kali pembahasan mengenai debat capres 2019, program ILC juga turut ambil bagian sebagai tema pada acaranya. Pada debat pertama capres 2019 ILC juga membuat ruang diskusi dengan tema “Babak Pertama Debat Capres 2019: Siapa Yang Menang? Yang tayang pada tanggal 22 Januari 2019. Sementara pada saat debat kedua capres 2019, ILC kembali membahasnya dengan tema “Debat Kedua Capres 2019: Benarkah Jokowi Diatas Angin?” yang tayang pada tanggal 19 Februari 2019. Seperti yang peneliti tuliskan, mengapa lebih memilih tema ILC debat kedua capres 2019: Benarkah Jokowi Diatas Angin? karena secara pemberitaan yang muncul di media lebih menarik. Namun pembahasan ILC mengenai debat capres 2019 hanya berhenti sampai debat capres kedua saja.

Masyarakat yang merupakan wadah bagi manusia untuk melakukan hubungan sosial dengan banyaknya kelompok yang berbeda-beda juga merupakan bagian dari penelitian ini (Suhada, 2016:54). Masyarakat yang dimaksud adalah penonton dari program ILC yang melihat tayangan episode debat kedua capres 2019: Benarkah Jokowi Diatas Angin?. Penonton yang menjadi subjek dari penelitian ini adalah mereka yang berjenis kelamin perempuan atau laki-laki dengan umur 20-35 tahun yang merupakan umur dari *target market* TV One (Putri, 2014:2). Dengan mengambil umur yang sesuai dengan target market, peneliti berharap opini yang datang dari anak muda mengenai keberpihakan

program ILC khususnya episode tema debat kedua capres 2019: Benarkah Jokowi Diatas Angin?. Selain itu subjek dalam penelitian ini juga diambil berdasarkan umur 30-50 tahun dengan pengeluaran per bulannya 1,5 Juta yang sesuai riset mengatakan bahwa program ILC merupakan program yang paling ditunggu (Remotivi.or.id, Desember 7, 2012).

Sebelum memahami apakah yang dimaksud metode penerimaan penonton dalam penelitian ini, peneliti mencoba memberikan alasan mengapa penelitian ini menggunakan *reception analysis*. Ketika peneliti melihat tayangan ILC episode debat kedua capres 2019: Benarkah Jokowi Diatas Angin? peneliti mencoba untuk melihat komentar penonton di Youtube ILC, sebuah cara yang sederhana untuk mengetahui apa yang diterima penonton ketika melihat tayangan ILC. Komentar yang muncul sangat beragam, mulai dari yang menganggap Jokowi menang segalanya di debat yang kedua hingga kesalahan data yang disampaikan Jokowi. Namun ada juga yang berkomentar mengenai keberpihakan ILC seperti dibawah ini:

“Di *twitter* ILC yang menang 01, karena ILC itu kepunyaan pak Abu Rizal Bakrie dan Golkar. Sekarang Golkar koalisi sama 01” (Indonesia Lawyers Club, Februari 20, 2019).

Komentar diatas adalah komentar penonton yang merasa ILC pada episode kali ini berpihak pada capres 01, yaitu Jokowi. Komentar ini ditulis oleh akun bernama Wibowo Ary. Sementara komentar penonton dengan akun Agunk Prasetyo di bawah ini secara gamblang menuliskan bahwa ILC bahkan TV One memihak kepada pasangan capres 02, yaitu Prabowo.

“ Kayaknya TVOne berpihak ke Prabowo”
(Indonesia Lawyers Club, Februari 20, 2019).

Komentar-komentar yang ditunjukkan peneliti sebenarnya ingin menunjukkan bahwa penonton mempunyai penerimaan yang berbeda ketika melihat sebuah tayangan media dalam hal ini program ILC. Maka dari penelitian ini merasa sesuai menggunakan metode penerimaan penonton.

Sama halnya dengan penelitian terdahulu yang berjudul *Penerimaan Penonton Dewasa Terhadap Sosok Jokowi Dalam Video Blog (Vlog)* yang membahas tentang penerimaan penonton dewasa dan menggunakan metode *Reception Analysis*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penerimaan penonton yang juga disebut *Reception Analysis*. *Reception analysis* merupakan sebuah metode penelitian yang lebih fokus pada audiens. Audiens yang menerima informasi tidak selalu sama, karena latar belakang entah budaya atau pengalaman yang berbeda-beda (Mcquail, 1997:19).

Bagian yang terpenting dari teori *reception analysis* adalah bahwa teks media, penonton, pembaca atau program televisi, bukan merupakan makna yang melekat pada teks media tersebut. Makna tercipta lewat interaksi antara khalayak (penonton/pembaca) dan teks media tersebut. Sederhananya, makna terhadap teks media tercipta karena menonton atau membaca lalu memproses teks media. Dalam mengkonsumsi media, khalayak mempunyai berbagai cara dan kebutuhan. Hal ini yang juga disebut sebagai pengalaman subyektif seseorang dalam memahami suatu fenomena atau yang disebut (*meaning construction*) (Hadi, 2008:1-2).

Posisi khalayak disini diposisikan sebagai pihak yang memiliki kekuatan dalam menciptakan makna secara bebas dan bertindak sesuai dengan makna yang mereka ciptakan pada teks media tersebut (Hadi, 2008:1-2). Metode *reception analysis* pada penelitian ini akan semakin terlihat ketika peneliti melakukan wawancara secara mendalam kepada subjek yang sudah dipilih sesuai kriteria. Melakukan wawancara secara mendalam, mempunyai tujuan untuk mendapatkan opini yang menarik dari subjek ketika melihat sebuah keberpihakan pada program ILC pada episode debat kedua capres 2019: Benarkah Jokowi Diatas Angin?.

Ketika tahap wawancara sudah dilakukan dan mendapatkan semua opini, maka akan dilakukan sebuah tahap untuk mengetahui apakah opini dari subjek yang dipilih menerima atau menolak pesan yang diberikan media. Secara sederhana apakah khalayak menerima pesan keberpihakan ILC pada episode debat kedua capres 2019: Benarkah Jokowi Diatas Angin? Untuk membuktikan hal tersebut, digunakanlah sebuah tahap *encoding-decoding* yang memunculkan tiga posisi khalayak ketika menerima sebuah pesan media dari Stuart Hall.

Ketiga posisi khalayak yang diturunkan oleh Stuart Hall adalah posisi dominan (*dominant position*), posisi negoisasi (*negotiated position*), posisi oposisi (*oppositional position*). *Dominant Position* Hall menyampaikan ketika media menyampaikan pesan, khalayak menerimanya dan apa yang media sampaikan secara kebetulan juga disukai khalayak. *Negotiated Position* dalam posisi ini khalayak secara umum menerima ideologi dominan, tetapi menolak penerapannya dalam kasus tertentu. *Oppositional Position* merupakan cara terakhir yang dilakukan khalayak dalam melakukan *decoding* atau penerimaan terhadap pesan

media adalah melalui oposisi yang berarti audien menolak makna pesan yang disampaikan media. (Morissan, 2010:171). Dengan menggunakan ketiga posisi khalayak, peneliti dapat menganalisis jawaban dari subjek atau informan yang akan dipilih

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan, yang menjelaskan adanya keberpihakan Program ILC pada salah satu pasangan calon, peneliti ingin meneliti Bagaimana penerimaan penonton terhadap keberpihakan program Indonesia Lawyers Club Episode Debat Kedua Capres 2019: Benarkah Jokowi di atas Angin?.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui penerimaan penonton terhadap keberpihakan Indonesia Lawyers Club Episode Debat Kedua Capres 2019: Benarkah Jokowi diatas Angin?

1.4. Batasan Masalah

1. Subjek dalam penelitian ini adalah penonton ILC berusia 30-50 tahun, yang sudah melihat tayangan ILC tema Debat Kedua Capres 2019: Benarkah Jokowi diatas Angin? Yang membahas mengenai keberpihakan ILC pada tema debat kedua capres 2019: Benarkah Jokowi diatas Angin?
2. Objek yang ingin diteliti adalah penerimaan penonton terhadap keberpihakan ILC pada episode Debat Kedua Capres 2019: Benarkah Jokowi diatas Angin?.

3. Penelitian ini menggunakan metode *reception analysis* dan juga tiga posisi khalayak milik Stuart Hall.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis:

Dengan adanya penelitian ini ingin memberikan informasi mengenai penggunaan metode *Reception Analysis* dalam sebuah penelitian komunikasi. Lalu bisa menjadi bahan pertimbangan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis:

Hasil dari penelitian ini dapat dilihat masyarakat mengenai program Indonesia Lawyers Club khususnya untuk tema debat capres 2019.