

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan minat terhadap efek pesan yang disampaikan melalui media massa telah berkembang sejak sebelum abad ke 20. Hal ini disebabkan perkembangan teknologi di bidang media massa khususnya media elektronik. Produksi dan distribusi pesan secara massal menumbuhkan minat terhadap proses produksi pesan, pesan yang disampaikan, cara menyeleksi pesan hingga efek yang ditimbulkan pesan (Berger, 2014: 363).

Nurudin (2011: 205) dalam Pengantar Komunikasi Massa mengatakan bahwa komunikasi massa memiliki efek yang nyata pada penonton. Sementara menurut Rakhmat (2011: 215), efek komunikasi massa bukan tentang motif untuk menonton televisi atau membaca surat kabar melainkan bagaimana televisi dan surat kabar menambah pengetahuan, mengubah sikap atau bahkan menggerakkan perilaku khalayak. Efek merupakan salah satu elemen dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi yang kita inginkan. Komunikasi dikatakan berhasil apabila perubahan yang terjadi pada penerima sesuai dengan tujuan yang diinginkan komunikator (Cangara, 2012: 2).

Efek dalam komunikasi massa tergolong menjadi tiga, yaitu efek kognitif, afektif dan *behavioral*. Apabila terjadi perubahan pada tingkat pengetahuan maka dapat digolongkan sebagai efek kognitif. Efek afektif merupakan efek yang melibatkan kondisi emosi dari khalayak. Efek *behavioral* merupakan perubahan perilaku khalayak. Dalam penelitian ini, efek kognitif akan dibahas lebih banyak karena berhubungan dengan pengetahuan penonton (Rakhmat, 2011: 217). Pengetahuan merupakan informasi yang dimiliki konsumen mengenai seluruh informasi produk dan jasa (Sumarwan, 2011: 147). Termasuk produk dan jasa dalam dunia informasi.

Perkembangan dunia informasi terus mengalami kemajuan. Televisi merupakan media massa yang mengalami perkembangan paling baik di dunia. Hal ini dikarenakan format televisi yang menggabungkan audio dengan visual menjadi satu (Badjuri, 2010: 11). Televisi hanya memiliki dua jenis program tayangan yaitu program informasi dan program hiburan.

Salah satu jenis program televisi adalah talkshow. Talkshow merupakan program wicara dalam sebuah televisi atau biasa dikenal juga dengan istilah *The Talk Program*. Talkshow memiliki format yang beragam, antara lain, *vox-pop*, kuis, *interview* (wawancara) baik yang dilakukan didalam studio maupun diluar studio, dan diskusi panel. Program ini menampilkan kegiatan berbincang dengan seseorang atau mengangkat topik pembicaraan mengenai sesuatu yang menarik, sedang hangat

dibicarakan masyarakat, atau bahkan tanya-jawab dengan memberikan hadiah dan biasa disebut kuis (Wibowo, 2007:67)

Di beberapa stasiun televisi nasional, sejauh pengamatan peneliti, ada beragam *talkshow*, seperti *Ini Talkshow*, Mario Teguh *Golden Ways*, Mata Najwa, *Kick Andy*, *Just Alvin*, Sentilan Sentilun, *Apa Kabar Indonesia*, *Satu jam Bersama*, *Hitam Putih* dan *Bukan Empat Mata*. Tayangan *talkshow* tersebut memiliki cirri khas yang berbeda. *Ini Talkshow* merupakan *talkshow* yang mengangkat unsur komedi. Bintang tamu yang menjadi narasumber dari kalangan artis. Mario Teguh *Golden Ways* merupakan *talkshow* yang memberikan solusi bijak bagi masyarakat dengan narasumber dari penonton sendiri. Mata Najwa merupakan *talkshow* yang membahas politik dengan narasumber orang penting dan istimewa. *Kick Andy* adalah *talkshow* yang memberikan inspirasi melalui pengalaman masyarakat sekitar yang memiliki prestasi. *Just Alvin* mengulik sisi kehidupan di balik peristiwa yang dialami artis. Sentilan Sentilun merupakan *talkshow* yang membahas mengenai politik dengan memberikan sindiran-sindiran ringan. *Apa Kabar Indonesia* membahas semua yang terjadi di Indonesia dengan menghadirkan narasumber yang berkompeten dibidangnya. Terkadang narasumber saling adu pendapat. Sementara *talkshow* satu jam bersama biasanya menghadirkan narasumber seseorang yang pernah populer. Hitam putih hampir sama seperti *Kick Andy* namun bedanya Hitam Putih juga menghadirkan narasumber dari kalangan artis. *Bukan Empat Mata* juga memiliki konsep yang hampir sama dengan Hitam Putih. Dari sekian banyak *talkshow*, Mata Najwa merupakan

talkshow yang menginspirasi karena menghadirkan tokoh penting dan istimewa. Hampir disetiap tayangannya, Mata Najwa menguak politik dari sisi narasumber.

Tayangan Mata Najwa, seperti yang dipublikasikan di www.matanajwa.com, merupakan salah satu program yang menjadi program unggulan Metro TV. Tayangan tersebut dipandu oleh seorang jurnalis senior yaitu Najwa Shihab yang ditayangkan seminggu sekali, setiap hari Rabu pukul 20:05 hingga 21:30 WIB.

Banyak penghargaan yang telah diraih Mata Najwa baik dari dalam maupun luar negeri. Mata Najwa pernah berhasil mendapatkan anugerah Dompot Dhuafa Award sebagai *Talkshow* Terinspirasi. Bahkan, ditahun 2011, bukan hanya dinobatkan sebagai *Talkshow* Terinspirasi, Mata Najwa juga kembali masuk menjadi salah satu nominasi KPI Award untuk kategori *Talkshow* Terbaik. Sejak tahun 2010, Mata Najwa berhasil terpilih sebagai acara yang paling terekomendasikan hingga 2012 selama tiga tahun berturut-turut. Mata Najwa juga mendapatkan penghargaan *The Word of Mouth Marketing Award* di tahun 2011. Pada tahun 2014, Mata Najwa berhasil mendapatkan KPI Award sebagai Program *Talkshow* Terbaik. Namun, Mata Najwa memiliki saingan beberapa program yang hampir sama, antara lain, *Kick Andy* yang lebih dulu mengudara ditahun 2006 (dikutip dari www.matanajwa.com).

Sejak ditayangkan pertama kali pada tanggal 25 November 2009, Mata Najwa konsisten untuk menghadirkan

narasumber-narasumber orang penting dan istimewa. Hal inilah yang menjadi pembeda antara tayangan Mata Najwa dengan *talkshow* lainnya. Beberapa narasumber Mata Najwa yang pernah hadir antara lain, mantan Presiden RI BJ Habibie dalam episode Separuh Jiwaku Pergi, mantan Wakil Presiden RI Jusuf Kalla dalam episode Pemimpin Bernyali, Menteri BUMN Dahlan Iskan dalam episode Komandan Koboi, Gubernur DKI Jakarta Joko Widodo dalam episode Laga Ibukota dan Walikota Surabaya Tri Rismaharini dalam episode Blak-Blakan Risma (www.matanajwa.com).

Episode Blak-Blakan Risma ini menjadi menarik dan penting karena tayangan ini ditayangkan ketika Risma dikabarkan akan mengundurkan diri dari jabatannya. Pengunduran diri ini dikarenakan ketidakcocokan dengan wakil walikota. Pada episode tersebut, Risma juga berurai air mata ketika menceritakan dukanya menjadi walikota. Risma juga memberi tanggapan mengenai berita tentang terpilihnya Risma sebagai walikota terbaik didunia. Sempat ada gerakan disosial media yang memberi dukungan terhadap Risma dengan *hashtag* #SaveRisma. Hal ini sempat hangat dibicarakan dimedia massa terutama media online.

Efek komunikasi massa terhadap tayangan tersebut merupakan bagian penting. Efek komunikasi massa inilah yang menentukan berhasil atau tidaknya sebuah proses komunikasi. Terutama pengetahuan khalayak. Pengetahuan menjadi penting karena pengetahuan akan mempengaruhi khalayak dalam memilih tayangan televisi (Sumarwan, 2011: 147). Semakin banyak

pengetahuan yang dimiliki khalayak, semakin besar kemungkinan khalayak untuk memilih tayangan tersebut.

Berdasarkan keunggulan yang dimiliki Mata Najwa dibandingkan *talkshow* lain dan kepopolaritasan yang dimiliki oleh Risma, maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai tingkat pengetahuan penonton wanita Surabaya mengenai tayangan Mata Najwa episode Blak-Blakan Risma. Pemilihan tayangan ini dikarenakan Mata Najwa merupakan tayangan *talkshow* terbaik versi KPI pada tahun 2014. Pemilihan episode Risma dikarenakan Risma merupakan walikota perempuan pertama yang berhasil mendunia dan masuk dalam nominasi walikota terbaik didunia (merdeka.com). Pemilihan wanita berdasarkan nilai berita *proximity* yang mengatakan bahwa kedekatan secara geografis dan psikologis membuat khalayak menjadi tertarik (Cahya, 2012:9). Sehingga, wanita Surabaya memiliki kedekatan secara geografis dengan Risma karena Risma merupakan walikota Surabaya dan kedekatan secara psikologis sebagai wanita. Sementara Surabaya dipilih karena Surabaya merupakan kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia setelah ibukota Indonesia. Selain itu, Surabaya juga merupakan kota kelahiran Risma dan kota yang dipimpin oleh Risma.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode survai deskriptif dengan menyebarkan kuisioner untuk mengumpulkan data dari responden. Responden dari penelitian ini adalah penonton wanita Surabaya dengan ketentuan pernah menonton tayangan Mata Najwa episode Blak-Blakan Risma,

berdomisili di Surabaya, wanita berusia 20 hingga 40 tahun. Rentang usia responden dipilih berdasarkan kondisi psikologis seperti yang ditulis Hurlock (1980: 251). Pada usia tersebut, orang sedang memasuki tahap dewasa dini. Pada tahap usia tersebut, orang sedang memiliki mobilitas sosial yang baik dan mengalami banyak perubahan nilai dan pandangan. Selain itu, segmentasi penonton dari tayangan ini adalah penonton usia 20 tahun keatas (www.matanajwa.com)

Penelitian ini adalah penelitian mengenai tingkat pengetahuan penonton wanita Surabaya mengenai tayangan talkshow Mata Najwa episode blak-blakan Risma. Pengetahuan menjadi penting untuk diteliti karena pengetahuan merupakan salah satu efek komunikasi massa yang memiliki peran besar. Pengetahuan akan mempengaruhi khalayak dalam memilih tontonan. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki khalayak maka semakin besar peluang khalayak untuk memilih tayangan tersebut. Sementara pemilihan penonton wanita Surabaya karena berdasarkan nilai berita *proximity* dikatakan bahwa kedekatan secara geografis dan psikologis membuat khalayak tertarik. Risma yang menjadi narasumber dari objek penelitian merupakan seorang walikota wanita di Surabaya. Sehingga dipilih wanita Surabaya karena memiliki kedekatan secara geografis dan psikologis yang membuat tertarik untuk melihat seperti yang dinyatakan dalam salah satu nilai berita. Tayangan Mata Najwa episode blak-blakan Risma dipilih karena Mata Najwa memiliki perbedaan dibandingkan dengan talkshow lain. Mata Najwa menghadirkan orang penting dan isemewa dalam setiap tayangan yang membahas

mengenai politik. Berbeda dengan talkshow lain yang bisa saja menghadirkan juru bicara dari parpol namun Mata Najwa menghadirkan orang yang bersangkutan langsung. Blak-blakan Risma merupakan salah satu episode yang menarik karena ditayangkan ketika ada isu pengunduran diri Risma sebagai walikota. Risma juga berurai airmata ketika melakukan wawancara dengan Najwa Shihab sebagai pembawa acara. Berita tersebut sempat hangat diperbincangkan media massa terutama media online.

I.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat pengetahuan penonton wanita Surabaya mengenai tayangan talkshow Mata Najwa episode Blak-Blakan Risma di Metro TV?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pengetahuan penonton wanita Surabaya mengenai tayangan talkshow Mata Najwa episode Blak-Blakan Risma di Metro TV.

I.4. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa batasan, yaitu:

- a. Objek: pada penelitian ini, objek penelitian fokus pada tingkat pengetahuan penonton wanita Surabaya

mengenai tayangan *talkshow* Mata Najwa episode Blak-Blakan Risma di Metro TV.

- b. Subjek: pada penelitian ini, subjek penelitian fokus pada penonton wanita Surabaya yang berusia 20-40 tahun dan menyaksikan tayangan *talk show* Mata Najwa episode Blak-Blakan Risma.
- c. Populasi: pada penelitian ini, populasi penelitian adalah seluruh wanita Surabaya usia.
- d. Penelitian ini fokus tentang tingkat pengetahuan penonton wanita Surabaya mengenai tayangan *talkshow* Mata Najwa episode Blak-Blakan Risma di Metro TV.

I.5. Manfaat Penelitian

I.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi juga untuk mahasiswa lain yang akan membuat penelitian yang sejenis. Penelitian ini juga dapat menambah referensi dan koleksi penelitian di bidang media massa, khususnya mengenai tingkat pengetahuan penonton terhadap tayangan atau isi media massa.

I.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan oleh Metro TV khususnya Mata Najwa sebagai referensi dan bahan evaluasi tentang **tingkat** pengetahuan penonton wanita Surabaya mengenai tayangan *talkshow* Mata Najwa episode Blak-Blakan Risma di Metro TV.