

**PERSEPSI MAHASISWA TENTANG *TALKSHOW* MATA NAJWA DI  
METRO TV SEBAGAI MEDIA INFORMASI POLITIK  
(STUDI DESKRIPTIF PADA MAHASISWA FISI PUMA)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**WIRTA RIZKI ARIANI**  
**1303110163**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2017**

**Persepsi Mahasiswa Tentang *Talkshow* Mata Najwa di Metro TV Sebagai  
Media Informasi Politik (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa FISIP UMA)**

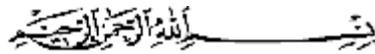
**Wirta Rizki Ariani  
1303110163**

***ABSTRAK***

Sebagai *talkshow* yang dipercaya sebagai salah satu media yang bergenre sosial dan politik, Mata Najwa semakin hari semakin dipercaya untuk tetap siar di Televisi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya penghargaan yang didapat oleh Mata Najwa. Meski dianggap sebagai *talkshow* yang berhasil menarik perhatian masyarakat, Mata Najwa tak luput dari kritikan dan saran penonton dilihat dari fungsinya sebagai media informasi politik. Banyaknya persepsi masyarakat yang beragam terutama pada mahasiswa tentang *talkshow* Mata Najwa di Metro TV, maka dalam penelitian ini akan membahas persepsi-persepsi tersebut berdasarkan teori-teori komunikasi yang sudah ada. Penelitian dilakukan pada mahasiswa FISIP UMA yang sudah menonton Mata Najwa lebih dari dua tahun. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi massa dan teori persepsi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara terstruktur. Hasil persepsi mahasiswa FISIP UMA tentang *talkshow* Mata Najwa sebagai media informasi politik pada umumnya menghasilkan persepsi positif, namun dalam *talkshow* Mata Najwa dilihat dari beberapa aspek terdapat pula persepsi negatif. Perbedaan persepsi ini terjadi dikarenakan dalam proses inti komunikasi ada tahap yang tidak terlewat. Baik itu *stimuli*/ perangsangan, seleksi, maupun *interpretasi*/ penafsiran. *Talkshow* Mata Najwa terdiri dari beberapa kategori isi program yang berhubungan dengan proses komunikasi massa. Seperti presenter sebagai komunikator, materi sebagai pesan, Metro Tv sebagai media, penonton dan narasumber sebagai komunikan yang akan menghasilkan persepsi sebagai *feedback* atau timbal balik dari proses komunikasi tersebut dari *talkshow* Mata Najwa.

Kata kunci : **persepsi, *talkshow*, Mata Najwa**

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wa Rahmatullaahi Wa Baraakaatuh

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas rahmat Allah SWT yang telah memberikan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi "Persepsi Masyarakat Tentang *Talkshow* Mata Najwa di Metro TV Sebagai Media Informasi Politik (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa FISIP UMA)" yang diajukan untuk melengkapi tugas dan syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi *Broadcasting/* Penyiaran Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam kesempatan ini, peneliti banyak menerima bantuan dan bimbingan yang sangat berharga dari segala pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terkhusus kepada yang tercinta **Ayahanda Ayang** dan **Ibunda Winarsih** yang telah membesarkan, mendidik, membimbing, melindungi, memberikan semangat yang tinggi, dan selalu memberikan dukungan kepada penulis, serta yang terkasih **Abangnda Afrino Winarto** dan **Adik Febrian Fadli**, juga yang tersayang **Jefri Hervios**.

1. Bapak **Dr. H. Agussani, MAP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak **Drs. Tasrif Syam, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Dosen pembimbing skripsi II, yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama pelaksanaan

penulisan skripsi ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

3. Bapak **Drs. Zulfahmi, M.I.Kom** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak **Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom** selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Penasehat Akademik penulis yang telah memberikan dorongan dan motivasi.
5. Ibu **Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak **Drs. Yan Hendra, M.Si** selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama pelaksanaan penulisan skripsi ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Bapak/Ibu Dosen dan para staff pengajar di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan pendidikan dan pengetahuan kepada penulis.
8. **Abangnda Hendrik** selaku Kontributor, **Abangnda Usrizal Pulungan/ Dadong** selaku Pembimbing Praktek Kerja Lapangan dan *Campers*, **Abangnda Andika** selaku Reporter, **Ibu Elverina Hidayat** selaku Kepala Biro serta seluruh staff Metro TV Biro Medan yang telah membantu dan membimbing dalam menyelesaikan Praktek Kerja Lapangan Penulis.
9. Kepada sahabat-sahabat satu atap penulis **Emen, Nita, Lili, Kak Uti**, dan **Yanda**, yang selalu berbagi suka dan duka dalam keadaan apapun.

10. Kepada sahabat-sahabat positif dan posesif **Tece, Yolanda, Ina, Tria, Ahsanul, Anugra Siregar,** dan **Hasby** serta teman teman seperjuangan skripsi **Arya, Naufal, Malik, Wen** dan **Anugerah**.
11. Kepada teman Praktek Kerja Lapangan **Togar Parlindungan** yang juga telah membantu penulis dalam riset penelitian, **Dadang, Dani** serta teman teman B Pagi, A IKO malam dan kelas D Broadcasting.
12. Kepada teman-teman, Abangnda, Adinda, Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi dan Badan Eksekutif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara serta Perhumas Muda Medan.

Akhirnya kepada semua pihak yang membantu dalam penulisan Skipri, penulis mengucapkan terima kasih dan hanya Allah SWT yang dapat memberikan balasannya yang setimpal atas jasa dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga bermanfaat bagi semua pihak yang membaca dan memperluas cakrawala pemikiran dimasa yang akan datang. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Medan, Maret 2017

Penulis

Wirta Rizki Ariani  
1303110163

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GRAFIK .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Pembatasan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
F. Sistematika Penulisan .....	8
BAB II .....	10
URAIAN TEORITIS .....	10
A. Komunikasi .....	10
B. Teori Komunikasi .....	16
C. Komunikasi Massa .....	18
1. Karakteristik Komunikasi Massa .....	20
2. Model Komunikasi Massa .....	23
D. Persepsi .....	25
1. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	26
2. Jenis Persepsi Manusia .....	27
BAB III .....	31
METODE PENELITIAN .....	31
A. Jenis Penelitian .....	31
B. Kerangka Konsep .....	32
C. Definisi Konsep .....	33

D. Kategorisasi .....	34
E. Informan/ Narasumber .....	35
F. Teknik Pengumpulan Data .....	35
G. Teknik Analisis Data.....	36
H. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
I. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	37
BAB IV .....	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Hasil Penelitian.....	39
B. Pembahasan .....	52
BAB V .....	62
PENUTUP.....	62
A. Simpulan.....	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 1 .....	2
------------------	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1.....	3
-----------------	---

## DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Kategorisasi penelitian .....	34
Tabel 4 1 Identitas Narasumber.....	39

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di zaman globalisasi sekarang ini tidak bisa dipungkiri bahwa Televisi (Tv) adalah media elektronik yang wajib dimiliki setiap rumah. Tidak hanya sebagai media hiburan, Tv juga sudah menjadi media informasi yang dianggap akurat di masyarakat. Di Indonesia sendiri ada 13 siaran Tv berjangkauan, 15 siaran Tv nasional, dan sekitar 178 siaran Tv lokal dengan beragam jenis program siaran. Terdapat 4 siaran TVRI nasional bergenre berita, antara lain adalah TVRI, TV ONE, I NEWS, KOMPAS TV (di medan masih percobaan) dan METRO TV.

Salah satu jenis program siaran yang sering terlihat pada Tv berita adalah program acara *talkshow*. Program acara *talkshow* adalah salah satu contoh program acara Tv nondrama yang disajikan berupa perbincangan. (Mabruri Anton, 2013:35) Siaran Tv bergenre berita di Indonesia memiliki beberapa program acara *talkshow* yang populer, misalnya TV ONE dengan *talkshow Indonesia Lawyers Club (ILC)*, I NEWS dengan *Talk To iNews*, KOMPAS TV dengan *Rosi*, dan METRO TV dengan *Mata Najwa*.

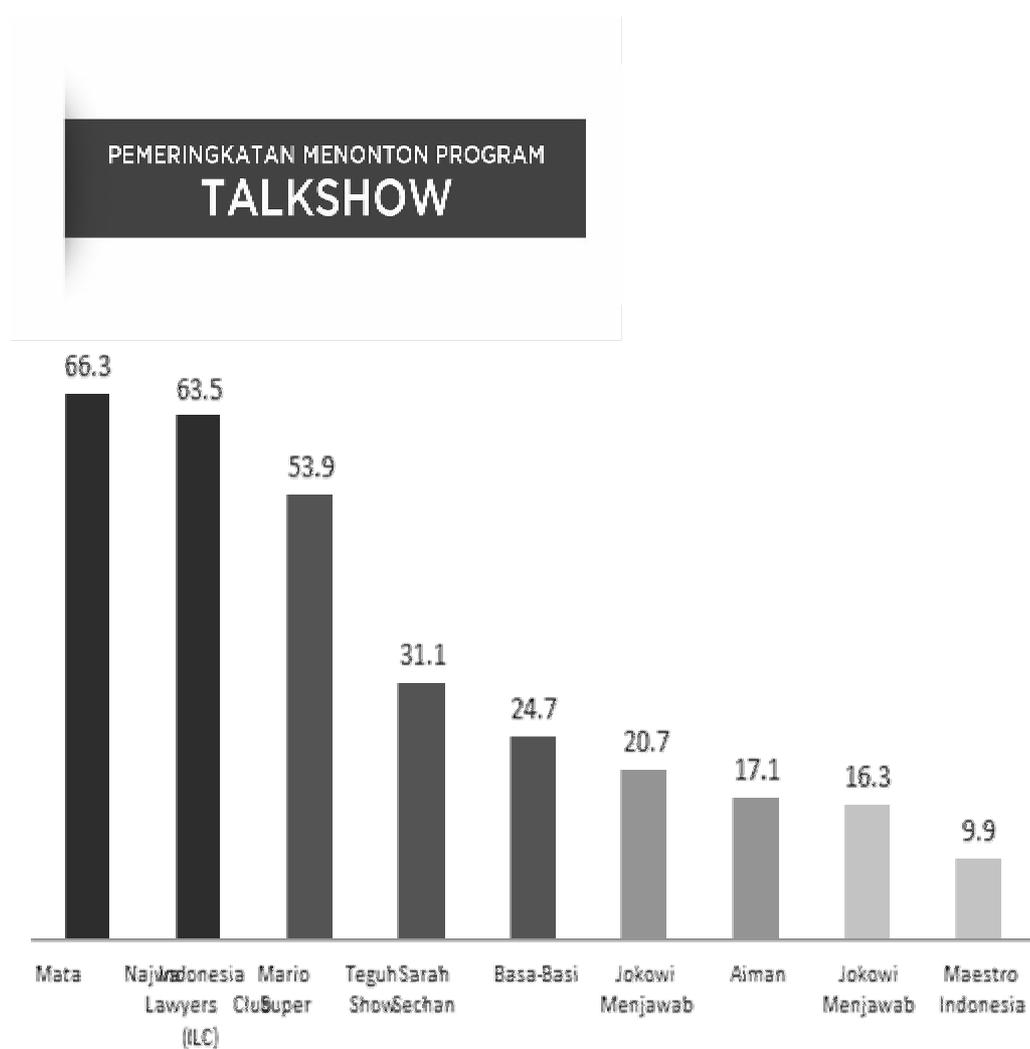
Metro TV menghadirkan tayangan berita selama 24 jam yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan keluarga berpenghasilan menengah keatas. Anak perusahaan Group Media yang dimiliki Surya Paloh ini sudah berdiri sejak 25 November 2000.

Terdapat beberapa program acara *talkshow* yang ada di Metro TV, yaitu *Kick Andy*, *News Story Insight (NSI)*, *Economic Challenges*, *Lets Talk*, *Layar*

*Perak, 3.60, Metro I Care, Stock Review, Idenesia, Ayo Cari Tahu, Economic Reviess, I'm Possible, Nite Time, dan Mata Najwa.* Mata Najwa adalah *talkshow* unggulan di Metro TV, dan menurut survey Komisi Penyiaran Indonesia(KPI) Mata Najwa adalah *talkshow* yang paling sering ditonton.

**Grafik 1 1** Survey KPI Indeks program talkshow paling banyak ditonton

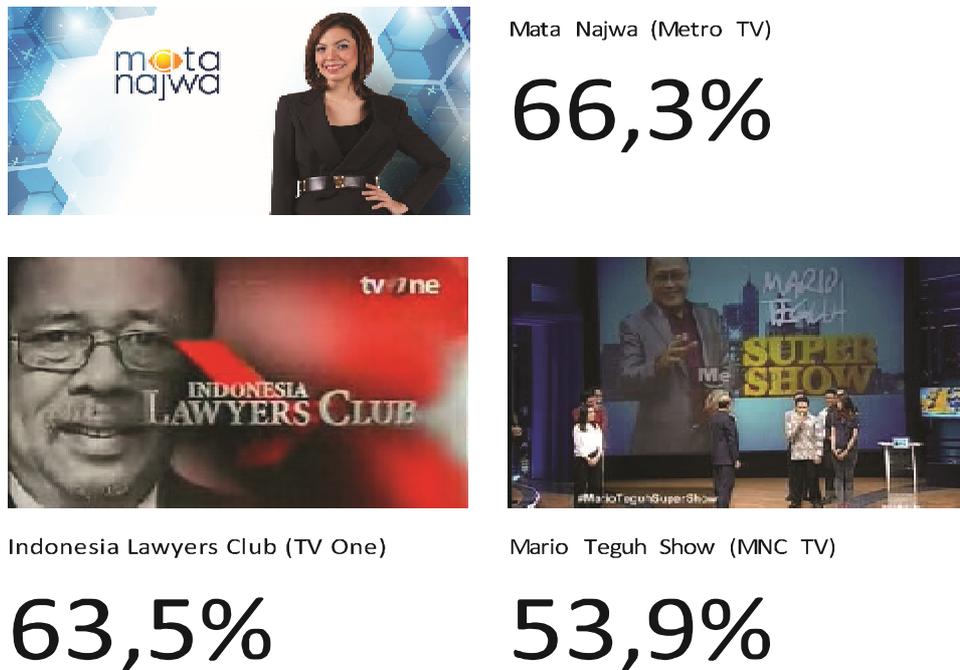
Periode 1 tahun 2016



**Sumber:** Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)

**Gambar 1 1** Survey KPI Indeks program talkshow paling banyak ditonton

Periode 1 tahun 2016



**Sumber:** Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)

Mata Najwa adalah salah satu program *talkshow* mingguan di Metro TV yang bermuatan sosial dan politik, tayang setiap hari rabu pukul 20.05 hingga 21.30 WIB dan rerunnya pada hari Minggu pukul 13.00 WIB. Disiarkan sejak 5 November 2009 dengan mengangkat tagline “Menikmati Berita dengan Cara Berbeda” Mata Najwa konsisten menghadirkan narasumber dibidang politik kelas satu.

Dipandu oleh wartawan senior, Najwa Shihab menjadi *symbol of identity* dari Mata Najwa, dengan peletakan namanya sebagai program acara *talkshow* yang dipandunya. Mata Najwa mempunyai tema khusus yang akan dibahas pada

setiap episodenya. Dalam setiap episode, ada 3-5 orang narasumber bahkan lebih. Untuk menghadirkan diskusi yang berimbang, pemilihan narasumber pun diambil dari berbagai sisi dan berkaitan dengan tema episode tersebut. Untuk memperluas target pemirsa ke ranah penonton muda terutama mahasiswa, Mata Najwa juga melakukan kegiatan off air yaitu dengan mendatangi beberapa kampus di Indonesia, biasa disebut dengan Mata Najwa on Stage.

Kekhasan lainnya dari Mata Najwa dibandingkan dengan *talkshow* serupa di Metro TV adalah isu politik yang diangkat adalah isu-isu terhangat dan dikemas secara apik lalu mudah dipahami oleh seluruh kalangan masyarakat. Dan diakhir segmen akan ada Catatan Najwa yang menutup *talkshow* dengan sendu.

Najwa Shihab sebagai presenter menjadi seorang yang paling diandalkan untuk membawa acara agar tetap baik pada jalurnya terutama saat tayangan langsung. *Talkshow* yang biasanya menarik isu politik sebagai bahan pembicaraan disetiap episodenya seringkali membuat masyarakat merasa malas untuk menyimak karena dikenal sebagai perbincangan yang menjemukan, garing dan terlalu serius. Namun di Mata Najwa persoalan tersebut diubah menjadi asyik sehingga penonton pun seperti menonton konser musik. (Efendy, 2015)

Pencapaian terbesar yang membuktikan pernyataan tersebut adalah diraihinya penghargaan Museum Rekor Indonesia (MURI) oleh Mata Najwa sebagai *talkshow* dengan penonton terbanyak, dilansir dari media online <http://news.metroTvnews.com/peristiwa/ybD1o7Xk-potret-35-ribu-penonton-mata-najwa-on-stage-pemecah-rekor-muri>, pencapaian ini bahkan meraih rekor dunia. Dengan 35 ribu penonton pada Mata Najwa On Stage di Jember, Jawa

Timur dalam episode “Perempuan Penentu”. Padahal sebelumnya di Kota Batu, pada episode “Mari Beraksi” rekor ini telah ditorehkan Mata Najwa dengan jumlah penonton 25 ribu orang, namun kembali meraih penghargaan tersebut dengan peningkatan jumlah penonton.

Selain mendapat rekor MURI, penghargaan yang telah diraih Mata Najwa adalah The 15th Asian Television Award Best Current Affair Program (episode "Habibie Hari Ini"), Dompot Dhuafa Award 2011 *Talkshow* Terinspirasi, KPI Awards 2011, 2013, 2014 sebagai program *Talkshow* Terbaik, Rolling Stone Editor' Choice Awards 2014 *Talkshow* of the Year dan beberapa penghargaan lainnya. (Efendy, 2015:320)

Penghargaan rekor MURI dan beberapa penghargaan yang telah diraih, kini telah menghantarkan Mata Najwa untuk Goes To Netherlands pada Sabtu, 22 Oktober 2016 13.00 CET di Rai Theater Amsterdam. Yang sudah tayang di Metro Tv pada 12 November 2016. Sudah 7 tahun Mata Najwa berkiprah di pertelevisian Indonesia wajar jika telah menerima banyak penghargaan. Namun meski begitu, Mata Najwa tidak luput dari kritikan dan komplain dari para penonton.

Salah satu contoh adalah dari isu permasalahan penistaan agama misalnya, yang dilakukan oleh gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahja Purnama atau biasa disebut Ahok. Menurut masyarakat Metro TV dianggap media yang mendukung Ahok disaat kisruh penistaan agama yang diduga telah dilakukan Ahok, Metro TV dianggap tidak pernah memberitakan masalah tersebut secara netral sebagaimana mestinya sebuah media. Mata Najwa dianggap serupa

dengan redaksi pemberitaan Metro TV dan diduga telah berubah menjadi program *talkshow* yang tidak kredibel lagi.

Seperti yang ditulis Syafiq pada artikel <http://islamedia.id/buramnya-mata-najwa-ketika-metro-Tv-jadi-alat-kampanye-ahok/> salah satu penonton setia Mata Najwa menyatakan dalam tulisannya bahwa “Mata Najwa justru seperti menghindar dari diskusi-diskusi yang bisa mencerdaskan khalayak. Mata Najwa seperti menggiring *talkshow* kali ini hanya membahas figur Ahok dari sisi kesantunan dalam bicara dan isu etnis serta agama. Najwa Sihab tidak mengarahkan diskusi mengenai kebijakan Ahok yang kontroversial. Seakan selama ini pihak-pihak yang menantang Ahok tidak ada yang mempermasalahkan kebijakannya. Mereka menantang Ahok karena persoalan kesantunan dalam bicara dan perbedaan etnis serta agama.

Hal diatas merupakan salah satu hasil kritikan penonton yang merasa kecewa dengan situasi *talkshow* Mata Najwa. Antusias penonton yang penuh dengan kesan dan kritikan, pro dan kontra inilah yang membuat penulis perlu meneliti permasalahan yang sedang terjadi. Penulis menganggap objek dari permasalahan ini adalah persepsi masyarakat sebagai penonton Mata Najwa.

Dalam perspektif Komunikasi, persepsi bisa dikatakan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti dari persepsi, yang identik dengan penyandian balik (decoding) dalam proses komunikasi. “Persepsi adalah proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan masukan informasi untuk menciptakan gambaran

keseluruhan yang berarti. Persepsi dapat diartikan sebagai suatu proses kategorisasi dan interpretasi yang bersifat selektif” (Kotler, 2009: 219)

Dari penjelasan diatas, penulis tertarik untuk meneliti persepsi masyarakat yang menonton *talkshow* Mata Najwa khususnya dikalangan mahasiswa. Karena penulis melihat mahasiswa sebagai penonton adalah komunikan yang sangat sering merespon setiap episode politik di Mata Najwa. Dan respon tersebut dapat dilihat dari berbagai media social yang dikelola langsung oleh bagian admin *talkshow* Mata Najwa.

Penulis memilih mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area (FISIP UMA) sebagai subjek analisis penelitian. Penentuan tempat penelitian dan subjek penelitian di FISIP UMA dikarenakan penulis menemukan lebih dari 80% mahasiswanya mengetahui dan penonton *Talkshow* Mata Najwa. Maka dari itu penulis mengangkat judul penelitian “PERSEPSI MAHASISWA TENTANG *TALKSHOW* MATA NAJWA DI METRO TV SEBAGAI MEDIA INFORMASI POLITIK (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa FISIP UMA)

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis merumuskan permasalahan penelitian, yaitu “Bagaimana persepsi mahasiswa FISIP UMA tentang *talkshow* Mata Najwa di METRO TV sebagai media informasi politik?”

### **C. Pembatasan Masalah**

Dengan maksud agar permasalahan yang akan diteliti menjadi jelas, terarah, dan tidak terlalu luas sehingga dapat dihindari adanya salah pengertian tentang masalah penelitian, oleh karena itu masalah penelitian terbatas pada:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa FISIP UMA yang menonton tayangan tayangan Mata Najwa
2. Tayangan yang menjadi unit analisis utama penelitian adalah pada episode Mata Najwa yang membahas isu politik di Indonesia

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah “Untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa FISIP UMA tentang *talkshow* Mata Najwa di METRO TV sebagai media informasi politik”.

### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan bidang ilmu komunikasi khususnya dalam bidang penyiaran, dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhamaddiyah Sumatera Utara (FISIP UMSU).
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak terkait dalam membuat kebijakan tentang penyiaran *talkshow* politik di Televisi.

### **F. Sistematika Penulisan**

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab dengan uraian masing masing dengan substansi sebagai berikut, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat penelitian, dan Sistematika Penulisan.

## **BAB II : URAIAN TEORITIS**

Bab ini menjelaskan teori yang digunakan dan teori yang relevan pada dengan masalah yang diteliti, yaitu teori komunikasi Laswell, teori komunikasi massa, dan teori persepsi. Pada bab ini pula dimungkinkan mengajukan lebih dari satu teori atau data sekunder/tertier untuk membahas permasalahan yang menjadi topik skripsi, sepanjang teori-teori data sekunder/tertier itu berkaitan.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini mengungkapkan rancangan penelitian, prosedur penelitian, sampel, unit analisis, narasumber penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, dan metode ujinya. Adapun sistematika untuk bab ini sebagai berikut, Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Kategorisasi, Informan atau Narasumber, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Lokasi dan Waktu penelitian, serta Deskripsi Lokasi Penelitian

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN**

Bab ini menguakan tentang hasil penelitian dan pembahasan

## **BAB V: PENUTUP**

Bab ini terdiri dari simpulan, dan saran.

## BAB II

### URAIAN TEORITIS

Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa teori yang relevan dengan masalah yang akan diteliti. Teori yang digunakan akan membahas permasalahan yang menjadi topik skripsi dengan bantuan data data yang telah dikumpulkan.

#### A. Komunikasi

Menurut Weekly pada buku Muhammad Mufid, 2010 Komunikasi secara etimologi (bahasa), kata “komunikasi berasal dari bahasa inggris “*communication*” yang mempunyai akar kata dari bahasa latin “*comunicare*”. Kata “*comunicare*” sendiri memiliki 3 kemungkinan arti, yaitu:

1. “*to make common*” atau membuat sesuatu menjadi umum
2. “*cum + munus*” berarti saling memberi sesuatu sebagai hadiah
3. “*cum + munire*” yaitu membangun pertahanan bersama

Sedangkan secara epistemologis (istilah) menurut Ruben didalam buku Muhammad Mufid, 2010 terdapat ratusan uraian eksplisit (nyata) dan implisif (tersembunyi) untuk menggambarkan definisi komunikasi. Dalam *Oxford English Dictionary* yang ditulis tahun 1989 terdapat 12 definisi komunikasi

Diantara definisi tersebut, ada baiknya kita simak beberapa diantaranya, yaitu menurut Devito DKK, didalam buku Muhammad Mufid, 2010:

1. “*Communication means that information is passed from one place to another*” (komunikasi adalah informasi yang disampaikan dari satu tempat ke tempat lain).

2. “*Communication... include (s) all the procedures by which one mind may affect another*” (komunikasi... meliputi semua prosedur di mana pikiran seseorang mempengaruhi orang lain).
3. “*The transmissions of informations, ideas, emotion, skills, etc. by the use of symbol-word, pictures, figures, graph, etc.*” (pemindahan informasi, ide, emosi, keterampilan, dan lain lain dengan menggunakan simbol-seperti kata, foto, figur dan grafik).
4. “*The importing, conveying or exchange of ideas, knowledges, or information whether by speech, writing or signs*” (memberi, meyakinkan, atau bertukar ide, pengetahuan atau informasi baik melalui ucapan, tulisan, atau tanda)
5. Komunikasi adalah proses pertukaran informasi yang biasanya melalui sistem simbol yang berlaku umum
6. Komunikasi adalah “proses atau tindakan menyampaikan pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*), melalui suatu medium (*channel*) yang biasanya mengalami gangguan (*noise*). Dalam definisi ini, komunikasi haruslah bersifat intentional (disengaja) serta membawa perubahan.

Perbedaan tersebut disnutkan oleh Stephan didalam buku Muhammad Mufid, 2010 disebabkan dimensi dasar yang digunakan untuk mendefinisikan komunikasi.

Pertama: adalah level observasi atau tingkat keabstrakan yakni beberapa definisi bersifat luas dan inklusif (terbuka), sedangkan sebagian lagi justru bersifat terbatas. Misalnya definisi yang mengatakan, “Komunikasi adalah proses yang

menghubungkan bagian bagian dunia satu sama lain” tentu bersifat umum. Sedangkan komunikasi sebagai “proses mengirimkan pesan dan perintah militer melalui telepon” adalah definisi yang terbatas

Kedua: adalah level intensionalitas (kesengajaan). Sebagian definisi komunikasi menekankan pada kesenjangan penyampaian pesan, sementara sebagian lain tidak membatasi pada aspek kesengajaan ini. Contoh yang pertama adalah komunikasi sebagai “situasi dimana sumber menyampaikan pesan dengan sadar untuk mempegaruhi perilaku penerima pesan” sedangkan contoh kedua adalah “komunikasi dilihat sebagai proses distribusi monopoli informasi kepada orang lain”.

Ketiga: adalah dimensi penilaian normatif. Sebagia definisi menghendaki adanya kesuksesan atau akurasi seperti “Komunikasi adalah pertukaran verbal dari pikiran” sedangkan sebagian lagi tidak seperti “Komunikasi adalah proses transmisi informasi”.

Dari berbagai definisi komunikasi sebagaimana diatas, pada dasarnya dapat ditarik “benang merah” sebagai berikut:

1. Komunikasi merupakan proses dimana individu – dalam hubungannya dengan orang lain, kelompok, organisasi atau masyarakat – merespon dan menciptakan pesan untuk berhubungan dengan lingkungan dan orang lain.
2. Komunikasi merupakan proses pertukaran informasi, biasanya melalui sistem simbol yang berlaku umum, dengan kualitas bervariasi.

3. Komunikasi terjadi melalui banyak bentuk, mulai dari dua orang bercakap secara berhadap-hadapan, isyarat tangan, hingga pada pesan yang dikirimkan secara global keseluruh dunia melalui jaringan telekomunikasi.
4. Komunikasi adalah proses yang memungkinkan kita berinteraksi (bergaul) dengan orang lain. Tanpa komunikasi kita tidak akan mungkin berbagai pengetahuan atau pengalaman dengan orang lain. Proses berkomunikasi dalam hal ini bisa melalui ucapan (speaking), tulisan (writing), gerak tubuh (gesture) dan penyiaran (broadcasting). (Mufid, Muhammad, 2010: 3)

#### Unsur Unsur Komunikasi

Menurut Harold Lasswell terdapat lima unsur dalam komunikasi, (Effendy, 2003:22) yaitu:

1. Komunikator (siapa yang mengatakan)
2. Pesan (mengatakan apa)
3. Alat atau media (kepada siapa)
4. Komunikan (kepada siapa)
5. Efek (dengan dampak / efek apa?)

Secara mendasar komunikasi mempunyai enam unsur mendasar (Mufid, Muhammad 2010: hal 3-4)

1. Komunikasi melibatkan hubungan seseorang dengan orang lain atau hubungan seseorang dengan lingkungannya, baik dalam pengaturan atau koordinasi.
2. Proses, yakni aktivitas yang nonstatis, bersifat terus menerus. Ketika kita bercakap-cakap dengan seseorang misalnya, kita tentu tidak diam saja. Didalamnya kita membuat perencanaan, mengatur nada, menciptakan pesan

baru, menginterpretasikan pesan, merespon atau mengubah posisi tubuh agar terjadi kesesuaian dengan lawan bicara.

3. Pesan, yaitu tanda, (signal) bagi penerima tanda yang berfungsi sebagai stimulus (pemicu) bagi penerima tanda. Pesan dapat berupa tanda atau simbol. Sebagaimana tanda dapat bersifat universal, yakni dipahami oleh sebagian besar manusia diseluruh dunia, seperti senyum sebagai tanda senang, atau asap sebagai tanda adanya api, tanda lebih bersifat universal daripada simbol. Ini dikarenakan simbol terbentuk melalui kesepakatan, seperti simbol negara. Karena terbentuk melalui kesepakatan, maka simbol tidak bersifat alami dan tidak pula universal.
4. Saluran (channel), adalah wahana dimana tanda dikirim. Channel bisa bersifat visual (dapat dilihat) atau aural (dapat didengar)
5. Gangguan (noise), segala sesuatu yang dapat membuat pesan menyimpang, atau segala sesuatu yang dapat mengganggu dapat diterimanya pesan. Gangguan (noise) bisa bersifat fisik, psikis (kejiwaan), atau semantis (salah paham).
6. Perubahan, yakni komunikasi menghasilkan perubahan pada pengetahuan, sikap atau tindakan orang orang yang terlibat dalam proses komunikasi.

Fungsi Komunikasi (Effendy, 2003:55) antara lain:

1. Menginformasikan (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)

Mengemukakan proses komunikasi (Effendy, 2003:31-39) dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi:

#### 1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau saluran.

##### a. Lambang Verbal

Mengemukakan bahwa proses komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan. Hal ini disebabkan bahasa dianggap mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal, peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak yang terjadi masa kini, lalu dan masa yang akan datang.

##### b. Lambang Nonverbal

Lambang nonverbal adalah lambang yang dipergunakan dalam komunikasi yang bukan bahasa, misalnya kial, isyarat dengan anggota tubuh, antara lain kepala, mata, bibir, tangan dan jari. Penggunaan gambar adalah lambang lain yang dipergunakan dalam berkomunikasi nonverbal.

#### 2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau jumlahnya banyak. Kalau

komunikasikan jauh, dipergunakanlah surat atau telepon. Jika berkomunikasi banyak, dipakailah perangkat penguat suara.

#### 1. Proses Komunikasi Secara Linear

Proses komunikasi secara linear, sebagaimana dikemukakan Effendy, 2003 yaitu mengandung makna lurus. Jadi proses linear berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Biasanya berlangsung pada komunikasi bermedia.

#### 2. Proses Komunikasi Secara Sirkular

Istilah sirkular sebagai terjemahan dan perkataan circular yang secara harfiah artinya bulat, bundar. Penggunaan dalam komunikasi yang dimaksudkan yaitu proses sirkular itu adalah terjadinya Feedback yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu, ada kalanya Feedback mengalir dan komunikan ke komunikator itu adalah Response atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dan komunikator

### **B. Teori Komunikasi**

Salah seorang teoritis yang mengungkapkan teori yang paling terkenal dan paling awal dalam kajian ini adalah Harold Lasswell (Effendy, 2003:253). Dalam sebuah artikel klasik yang ditulisnya pada tahun 1948 yang berjudul *The Structure and Function of Communication in Society*, Lasswell menyajikan suatu model komunikasi yang berbentuk sederhana. Model ini sering diajarkan kepada mahasiswa yang baru belajar ilmu komunikasi. Menurut Lasswell komunikasi dapat didefinisikan sebagai :

Siapa (*Who*)

Bicara apa (*says what*)

Pada saluran mana (*in which channel*)

Kepada siapa (*to whom*)

Dengan pengaruh apa (*with what effect*)

Model yang diutarakan Lasswell ini secara jelas mengelompokkan elemen-elemen mendasar dari komunikasi ke dalam lima elemen yang tidak bisa dihilangkan salah satunya.

Laswell mengemukakan tiga fungsi komunikasi, yaitu: pertama, pengawasan lingkungan-yang mengingatkan anggota anggota masyarakat akan bahaya dan peluang dalam lingkungan; kedua, korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespon lingkungan; dan ketiga, transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya.

Laswell berpendapat bahwa terdapat tiga kelompok spesialis yang bertanggung jawab melaksanakan rungsi-fungsi komunikasi ini. misalnya, pengawas lingkungan. Pendidik, jurnalis dan penceramah membantu mengkorelasikan atau mengumpulkan respons orang-orang terhadap informasi baru. Anggota keluarga dan pendidik sekolah mengalihkan warisan sosial.

Laswell mengakui bahwa tidak semua komunikasi bersifat dua arah, dengan suatu aliran yang lancar dan umpan balik yang terjadi antara pengirim dan penerima. Dalam masyarakat yang kompleks, banyak informasi disaring oleh pengendali pesan-editor, penyensor atau propagandis, yang menerima informasi

dan menyampaikannya kepada publik dengan beberapa perubahan atau penyimpangan.

Model Laswell sering diterapkan dalam komunikasi massa. Model tersebut mengisyaratkan bahwa lebih dari satu saluran dapat membawa pesan. Unsur sumber (*who*) merangsang pertanyaan mengenai pengendalian pesan (misalnya oleh “penjaga gerbang”), sedangkan unsur pesan (*say what*) merupakan bahan dalam analisis isi. Saluran komunikasi (*in which channel*) dikaji dalam analisis media. Unsur penerima (*to whom*) dikaitkan dengan analisis khalayak, sementara unsur pengaruh (*with what effect*) jelas berhubungan dengan studi mengenai akibat yang ditimbulkan pesan komunikasi massa pada khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa.

Model Laswell dikritik karena model itu tampaknya mengisyaratkan kehadiran komunikator dan pesan yang bertujuan. Model itu juga dianggap terlalu menyederhanakan masalah. Tetapi, seperti setiap model yang baik, model Laswell memfokuskan perhatian pada aspek-aspek penting komunikasi. (Mulyana, 2010:147-148)

### **C. Komunikasi Massa**

Komunikasi massa (*massa communication*) menurut McQuail, D, 2011 adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung gedung bioskop.

Hal tersebut perlu dijelaskan oleh karena ada sementara pakar diantaranya Everett M. Rogers, yang menyatakan bahwa selain media massa modern terdapat media massa tradisional yang meliputi teater rakyat, juru dongeng keliling, juru pantun dan lain lain.

Salah seorang pakar komunikasi massa, Jalaluddin Rakhmat, 2008 menyebutkan bahwa “Abad ini disebut sebagai abad komunikasi massa.” Tentunya pernyataan ini sangat relevan dengan situasi saat ini. Dimana teknologi komunikasi massa mengalami kemajuan sangat pesat. Apabila menginginkan berbagai informasi secara cepat tentang peristiwa yang terjadi di belahan dunia, tidak lagi mengandalkan surat kabar atau majalah yang harus menunggu beredar. Tetapi bisa langsung mengakses via internet, begitu juga dengan audio visual atau media elektronik tak ketinggalan pula.

Fenomena ini menunjukkan bahwa revolusi teknologi komunikasi massa telah mencapai proporsinya yang luar biasa. Tentunya perkembangan ini tidak selalu mempunyai dampak yang positif. Semakin pesat perkembangan teknologi komunikasi massa tentunya dampak yang ditimbulkan baik positif maupun negatif semakin besar pula efeknya. (Rakhmat, 2008:188)

Untuk membahas lebih lanjut terlebih dahulu membahas pengenian dari komunikasi massa itu sendiri. Definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dirumuskan Bittner yang kemudian di kutip oleh jalaluddin Rakhmat, 2008 menyatakan bahwa, "*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people.* (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang).”

McQuail, 2011 menyebutkan ciri-ciri khusus institusi (lembaga) media sebagai berikut:

1. Memproduksi dan mendistribusikan pengetahuan dalam wujud informasi, pandangan, dan budaya. Upaya tersebut merupakan respon terhadap kebutuhan sosial kolektif dan permintaan individu.
2. Menyediakan saluran untuk menghubungkan orang tertentu dengan orang lain.
3. Media menyelenggarakan sebagian besar kegiatannya dalam lingkungan publik, dan merupakan institusi yang terbuka bagi semua orang untuk peran serta sebagai penerima
4. Partisipasi anggota audience dalam institusi pada hakikatnya bersifat sukarela, tanpa adanya keharusan atau kewajiban sosial. Bahkan lebih bersifat suka rela daripada beberapa institusi lainnya
5. Industri media dikaitkan dengan industri dan pasar karena ketergantungannya pada imbalan kerja, teknologi, dan kebutuhan pembiayaan.
6. Meskipun institusi media itu sendiri tidak memiliki kekuasaan, namun institusi ini selalu berkaitan dengan kekuasaan negara

Syarat tersebut dipenuhi oleh organisasi yang resmi. Berhubung dengan itu maka komunikasi massa harus dibedakan dengan komunikasi antarpribadi yang tidak resmi dan tidak berstruktur.

#### 1. Karakteristik Komunikasi Massa

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya perlu memahami karakteristik komunikasi massa, yakni seperti diuraian dibawah ini:

a. Komunikasi massa bersifat umum

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Benda benda tercetak, film, radio, dari televisi apabila dipergunakan untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi yang tertutup, tidak dapat dikatakan komunikasi massa.

Meskipun pesan komunikasi massa bersifat umum dan terbuka, sama sekali terbuka juga jarang diperoleh, disebabkan faktor yang bersifat paksaan yang timbul karena struktur sosial. Pengawasan terhadap faktor tersebut dapat dilakukan secara resmi sejauh bersangkutan dengan penyiaran keluar negeri.

Rintangan yang tidak ada pada perencanaan timbul dari perbedaan bahasa, kebudayaan, pendidikan, pendapat, kelas sosial, dan pembatasan yang bersifat teknik. Penggunaan lebih banyak media audio visual, kemajuan teknik untuk mencapai jarak jauh dari perluasan usaha bebas buta huruf, cenderung untuk mempercepat menuju keterbukaan yang luas.

b. Komunikan bersifat heterogen

Perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan pesan komunikasdi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan

Massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heterogen yang meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, dengan kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat, mempunyai pekerjaan yang berjenis jenis maka oleh karena itu

mereka berbeda pula dalam kepentingan, standar hidup dan derajat kehormatan, kekuasaan dan pengaruh.

Suatu paradoks dari heterogenitas komunikan dalam komunikasi massa ialah pengelompokan komunikan harus mempunyai minat yang sama terhadap media massa, terutama jenis khusus dari isi penyiaran serta mempunyai kesamaan pengertian kebudayaan dan nilai-nilai.

Jelasnya, komunikan dalam komunikasi massa adalah sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama; meskipun demikian orang-orang yang tersangkut tadi tidak saling mengenal, berinteraksi secara terbatas, dan tidak terorganisasikan. Komposisi komunikan tersebut tergeser-geser terus menerus serta tidak mempunyai kepemimpinan atau perasaan identitas.

c. Media massa menimbulkan keserempakan

Keserempakan yang dimaksud disini adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang lebih jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Radio dan televisi dalam hal ini melebihi media tercetak, karena yang terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif.

Ada dua segi penting mengenai kontak yang langsung itu, pertama kecepatan yang lebih tinggi dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan kedua: keserempakan adalah penting untuk keseragaman dalam seleksi dan interpretasi pesan-pesan. Tanpa komunikasi massa hanya pesan-pesan yang sangat sederhana saja yang disiarkan tanpa perubahan dari orang yang satu ke orang yang lainnya.

#### d. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi

Dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat non pribadi, karena komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non-pribadi ini timbul disebabkan teknologi dari penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum. Yang terakhir ini, umpamanya, mencakup keharusan untuk objektif dan tanpa prasangka dalam memilih dan menanggapi pesan komunikasi yang mempunyai norma-norma penting.

Komunikasi dengan menggunakan media massa berlaku dalam satu arah (*one way communication*), dan radio output-input komunikan sangat besar. Tetapi dalam hubungan komunikator-komunikan itu terdapat mekanisme resmi yang dapat mengurangi ketidakpastian, terutama penelitian terhadap komunikan, korespondensi, dan bukti keuntungan dari penjualan (siaran komersial).

#### 2. Model Komunikasi Massa

Komunikasi dengan menggunakan media massa dalam tahun terakhir ini banyak mendapat penelitian dari para ahli disebabkan semakin majunya teknologi di bidang pers seperti kepastian percetakan yang mampu menghasilkan ratusan ribu bahkan jutaan eksemplar surat kabar dalam waktu yang relatif cepat. Kemajuan teknologi di bidang radio yang mampu menjangkau jarak yang lebih jauh dengan suara yang lebih baik; kemajuan teknologi di bidang televisi yang dengan satelitnya mampu menghubungkan satu bangsa dengan bangsa lain secara

visual auditif, hidup dan pada saat suatu peristiwa terjadi, itu semua berpengaruh besar pada kehidupan politik, sosial, ekonomi dan kebudayaan

Penelitian para ahli tersebut menghasilkan teori komunikasi massa diantaranya beberapa model seperti dibawah ini:

a. Model jarum hipodermik (*hypodermic needle model*)

Secara harfiah *hypodermic* berarti dibawah kulit. Dalam hubungannya dengan komunikasi massa, istilah *hypodermic needle model* mengandung anggapan dasar bahwa media massa menimbulkan efek yang kuat, terarah segera dan langsung itu adalah sejalan dengan pengertian “perangsang tanggapan (*stimulus-respons*)” yang dikenal sejak penelitian ilmu jiwa pada tahun 1930-an

b. Model komunikasi satu tahap (*one stop flow model*)

Model komunikasi satu tahap menyatakan bahwa saluran media massa berkomunikasi langsung dengan massa komunikan tanpa berlalunya suatu pesan melalui orang lain, tetapi pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikan.

c. Model komunikasi dua tahap (*two step flow medan*)

Konsep komunikasi dua tahap ini berasal dari Lazarsfeld, Barelson, dan Gaudet (1948) yang berdasarkan penelitiannya menyatakan bahwa ide ide seringkali datang dari radio surat kabar yang ditangkap oleh pemuka pendapat (*opinion leaders*) dan ada dari mereka ini berlalu menuju penduduk yang kurang giat. Tahap pertama adalah dari sumbernya, yakni komunikator kepada pemuka pendapat yang mengoperkan informasi, sedang tahap kedua ialah dari pemuka

pendapat kepada pengikut pengikutnya, yang juga mencakup penyebaran pengaruh.

d. Model komunikasi tahap ganda (*multi step flow model*)

Model ini menggabungkan semua model yang telah dibicarakan terlebih dahulu. Model banyak tahap ini didasarkan pada fungsi penyebaran yang berurutan yang terjadi pada kebanyakan situasi komunikasi. Ini tidak mencakup jumlah tahap secara khusus, juga tidak khusus bahwa suatu pesan harus berlangsung dari komunikator melalui saluran media massa. Model ini menyatakan bahwa bagi lajunya komunikasi yang komunikan terdapat jumlah “relay” yang berganti ganti. Beberapa komunikan menerima pesan langsung melalui saluran dari komunikator, yang lainnya terpindahkan beberapa kali. (Effendy, 2003: 79-86)

#### **D. Persepsi**

Secara umum, persepsi adalah proses internal kita memilih mengevaluasikan dan mengorganisasikan stimuli dan lingkungan kita. Definisi persepsi lainnya. persepsi bisa dikatakan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti dari persepsi, yang identik dengan penyandian balik (*deconding*) dalam proses komunikasi.

Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu, semakin mudah dan semakin sering

mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas. (Mulyana, 2010:180)

Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap mereka mengandung resiko. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda-beda mengenai realitas disekelilingnya.

#### 1. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Dalam membentuk persepsi, pemikiran-pemikiran yang ada, dipengaruhi oleh faktor-faktor dari eksternal dan internal yang mempengaruhi persepsi itu sendiri:

Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi

- a. Gerakan
- b. Intenitas stimuli
- c. Perulangan objek yang dipersepsikan
- d. Kontras
- e. Prinsip kedekatan atau persamaan

Faktor internal yang mempengaruhi persepsi

- a. Gender
- b. Biologis
- c. Fisiologis
- d. Sosio-psikologis
- e. Sikap
- f. Kebiasaan

g. Kemauan

## 2. Jenis Persepsi Manusia

Persepsi manusia sebenarnya terbagi dua yakni persepsi objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia bersifat dinamis. Persepsi terhadap lingkungan fisik berbeda dengan persepsi terhadap lingkungan sosial. Perbedaan tersebut mencakup hal hal sebagai berikut:

- a. Persepsi terhadap objek melalui lambang lambang fisik sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang lambang verbal dan nonverbal. Manusia lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
- b. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat sifat luar sedangkan persepsi terhadap manusia menanggapi sifat sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan dan sebagainya). Kebanyakan objek tidak mempersepsi kita ketika pada saat kita mempersepsi mereka. Dengan kata lain persepsi terhadap manusia lebih interaktif.
- c. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain objek bersifat statis sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek. Dan oleh karena itu juga, persepsi terhadap manusia lebih beresiko daripada terhadap objek. (Mulyana, 2010:184)

Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) kita terkadang melakukan kekeliruan. Kondisi mempengaruhi kita terhadap suatu benda. Misalnya ketika merasa kepanasan ditengah gurun. Kita tidak jarang akan melihat fatamorgana. Ketika kita disuruh mencicipi suatu masakan, mungkin pendapat kita akan

berbeda dengan orang lain karena kita memiliki persepsi yang berbeda Latar belakang pengalaman, budaya dan suasana psikologis yang berbeda membuat persepsi kita juga berbeda atas suatu objek.

Persepsi terhadap manusia (persepsi sosial) adalah proses menangkap arti objek objek sosial dan kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. “manusia selalu memikirkan orang lain dan apa yang orang lain pikirkan tentang dirinya, dan apa yang orang lain pikirkan mengenai apa yang ia pikirkan mengenai orang lain itu dan seterusnya” (R.D Laing) (Mulyana, 2010:191)

Kita mempersepsi orang melalui :

- a. Proxemics : jarak ketika orang berkomunikasi
- b. Kinesis : gerakan dan isyarat
- c. Petunjuk wajah : sedih dan senang
- d. Paralinguistik : dialek, bahasa, dan intonasi
- e. Artifaktual

Beberapa prinsip penting mengenai persepsi sosial yang menjadi pembedaan atas perbedaan persepsi sosial ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Persepsi berdasarkan pengalaman

Pola pola perilaku manusia berdasarkan persepsi mereka mengenai realitas (sosial) yang telah dipelajari. Persepsi manusia terhadap seorang, objek atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal hal itu berdasarkan pengalaman yakni misalnya komunitas inggris tidak mengenal ucapan “mohon maaf lahir batin” yang biasanya disampaikan Muslim di Indonesia setiap Idul Fitri. Pantaslah ketika

seorang Muslim Indonesia pada waktu sedang study S2 di London mengatakan “please forgive me” atau semacamnya, mereka bertanya dengan heran “for what?”

## 2. Persepsi bersifat dugaan

Proses persepsi yang bersifat dugaan itu memungkinkan kita menafsirkan suatu objek dengan makna yang lengkap dari suatu sudut pandang manapun, oleh karena informasi lengkap yang tak pernah tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat penginderaan itu.

## 3. Persepsi bersifat *evaluative*

Tidak ada persepsi yang pernah objektif. Dengan demikian persepsi bersifat pribadi dan subjektif. “persepsi pada dasarnya mewakili keadaan fisik dan psikologi individu alih alih menunjukkan karakteristik dan kualitas mutlak objek yang dipersepsi” (Anderea L. Rich) (Mulyana, 2010: 206). Tidak seorangpun mempersepsi suatu objek tanpa mempersepsi seberapa baik atau buruk objek tersebut.

## 4. Persepsi bersifat kontekstual

Rangsangan dari luar harus diorganisasikan. Dari semua pengaruh dalam persepsi kita, konteks merupakan salah satu pengaruh paling kuat. Konteks rangsangan sangat mempengaruhi struktur kognitif, penghargaan dan oleh karenanya persepsi kita .

Setelah mempelajari hal hal dalam persepsi, lalu bagaimanakah hubungan antara persepsi dan komunikasi. Dapat dijelaskan bahwa makna merupakan jantungnya komunikasi dan persepsi itu mempertajam komunikasi.

Persepsi merupakan inti dari komunikasi sebab jika persepsi tidak akurat, maka komunikasi tidak akan berjalan secara efektif. Selain itu, akan menentukan kita memilih pesan dan mengabaikan pesan lain dan pastinya setiap orang memiliki persepsi yang berbeda. (Mulyana, 2010: 179-255)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yang valid. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Setiap peneliti mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian ada tiga macam yaitu bersifat penemuan, pembuktian, dan pembangunan (Sugiyono, 2014:3)

#### **A. Jenis Penelitian**

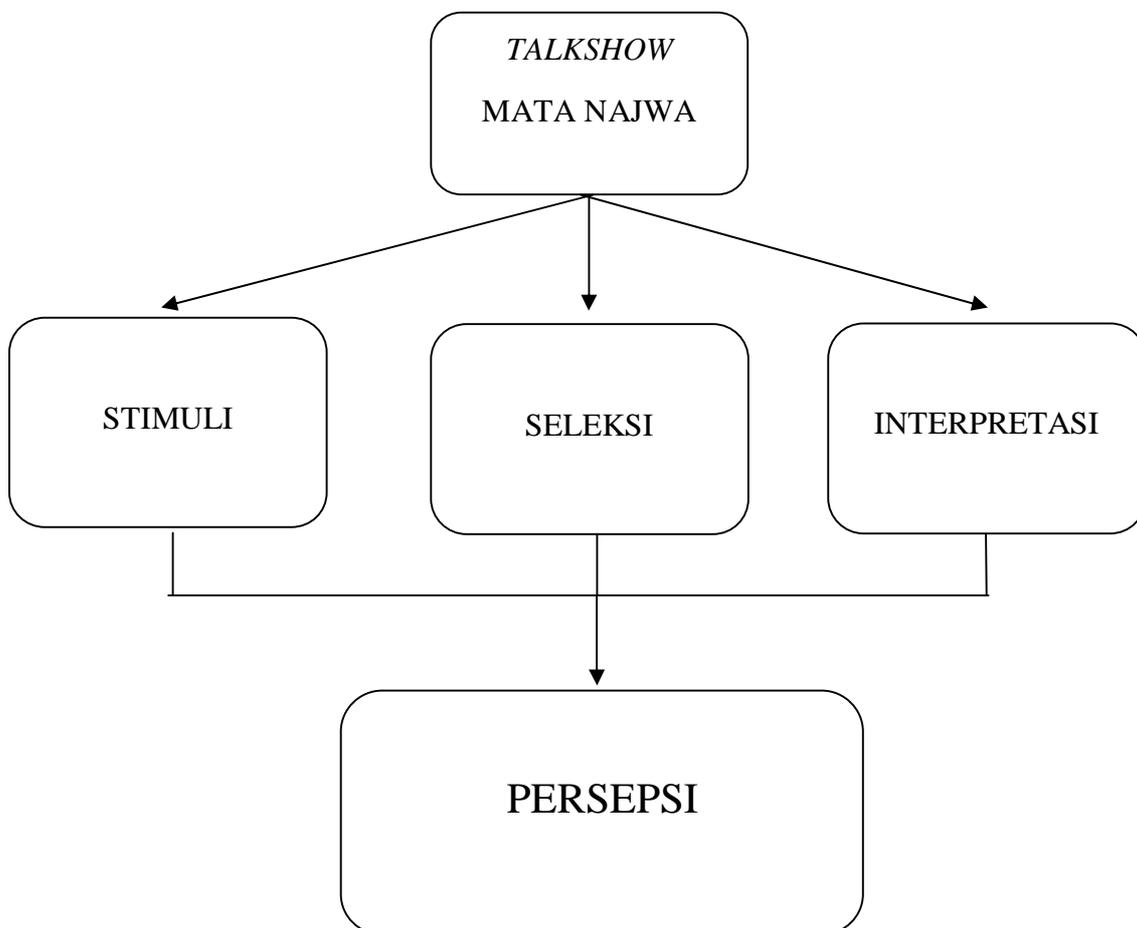
Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian penelitian, penulis menetapkan jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan kenyataan atau kejadian apa adanya yang sesuai dengan hasil sebenarnya dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif yaitu dengan cara menggunakan cara berfikir yang dimulai dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep). (Kriyantono, 2006:194)

Jenis penelitian ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Penulis sudah mempunyai konsep (biasanya satu konsep) dan kerangka konseptual. Melalui kerangka konseptual (landasan teori), penulis melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya.

Penelitian ini menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel. (Kriyantono, 2006:69)

### **B. Kerangka Konsep**

Kerangka konsep menurut Notoatmodjo, 2002 penelitian pada dasarnya adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang ingin diamati atau di ukur melalui penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis membuat kerangka konsep sebagai berikut:



**Sumber:** Penelitian 2017

### C. Definisi Konsep

Definisi Konsep menurut Singarimbun dan Effendi, 2009 adalah generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu, sehingga dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama.” Konsep merupakan suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang dirumuskan. Dalam merumuskan kita harus dapat menjelaskannya sesuai dengan maksud kita memakainya.

Sesuai kerangka konsep penelitian diatas dapat didefinisikan proses pembentukan persepsi sebagai pemaknaan hasil pengamatan yang diawali dengan adanya *stimuli* atau perangsangan. *Stimuli* atau perangsangan dapat dilakukan dengan menggunakan indera manusia.

Setelah mendapat stimuli, pada tahap selanjutnya terjadi seleksi. Proses seleksi terjadi pada saat seorang memperoleh informasi, maka akan berlangsung proses penyeleksiann pesan tentang mana pesan yang dianggap penting, dan mana pesan yang tidak penting.

Selanjutnya proses interpretasi/ penafsiran. Proses interpretasi/ penafsiran berlangsung ketika yang bersangkutan memberi tafsiran atau makna terhadap informasi secara menyeluruh. interpretasi/ penafsiran adalah tahap terpenting dalam persepsi. Atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indera kita namun Anda tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek langsung; melainkan menginterpretasikan makna informasi yang Anda percayai mewakili objek tersebut. (Mulyana, 2010:182)

Tahapan proses tersebut yaitu, *stimuli/* perangsangan, lalu *selection/* seleksi dan *interpretasi/* penafsiran akan berakhir dengan persepsi. Menurut Mulyana, 2010 Pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut.

#### D. Kategorisasi

*Tabel 3. 1 Kategorisasi penelitian*

TALKSHOW MATA NAJWA				
Presenter "Najwa Shihab"	Cerdas	Netral	Cantik	Interaktif
	Kritis	Berpihak	Judes	Pasif
Materi	Menyampaikan informasi politik terbaru secara berimbang kepada pemirsa.			
	Menyampaikan informasi politik terbaru dan tidak berimbang kepada pemirsa			
	Menyampaikan informasi politik lama secara berimbang kepada pemirsa			
	Menyampaikan informasi politik lama dan tidak berimbang kepada pemirsa			
Narasumber	Transparan	Berkompeten	Emosional	
	Tertutup	Amatir	Disiplin	

Klip Vitae	Kreatif	Rumit	Kredibel
Kualitas Tayangan	Tata Cahaya 1. Hard light 2. Soft light 3. Natural light	Tampilan 1. Tertutup 2. Terbuka 3. Kereta	Tata Suara 1. Noise 2. Over 3. Balance

Sumber: Penelitian 2017

#### **E. Informan/ Narasumber**

Narasumber sangat penting pada sebuah penelitian, narasumber bukan sekedar memberi respon, melainkan juga sebagai pemilik informasi. Karena itu disebut juga dengan informan (orang yang memberikan informasi, sumber data) atau disebut juga sebagai subyek yang diteliti. Karena dia juga actor yang ikut melakukan berhasil tidaknya penelitian berdasarkan informasi yang diberikan.

Informan/ narasumber dalam penelitian ini adalah mahasiswa FISIP UMA yang menonton sudah menonton Mata Najwa di Metro TV seja. Terdiri dari 6 orang mahasiswa FISIP UMA. 2 orang mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, 3 orang mahasiswa Ilmu Pemerintahan, dan 1 orang mahasiswa Ilmu Administrasi Negara.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara wawancara terstruktur. Teknik ini dipilih karena peneliti atau

pengumpul data telah mengetahui dugaan pasti atau informasi yang akan diperoleh. Oleh karena itu, dalam melakukan wawancara peneliti telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan peneliti akan mencatatnya. (Sugiyono, 2014:233)

### **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dengan melakukan pengolahan data kualitatif. Analisis yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan tabel katogerisasi, lalu disusun menjadi pertanyaan pertanyaan wawancara, atau biasa disebut dengan teknik analisa domain.

Menurut Bungin didalam buku Kriyantono, 2006 mnyatakan teknik analisa domain digunakan untuk menganalisis gambaran gambaran objek penelitian secara umum atau menganalisis di tingkat permukaan, namun relatif utuh tentang obejk penelitian tersebut. Artinya, teknik ini bertujuan mendapatkan gambaran seutuhnya dari objekyang diteliti, tanpa harus membuat rincian secara detail unsur-unsur yang ada dalam keutuhan objek penelitiaan tersebut.

### **H. Lokasi dan Waktu Penellitian**

Penelitian dilakukakn di FISIP UMA (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area) Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jalan Gedung PBSI, Kampus II : Jalan Sei Serayu Nomor 70 A/Jalan Setia Budi

Nomor 79 B, Medan. Penelitian dilakukan sejak Desember 2016 hingga 10 Januari 2017

### **I. Deskripsi Lokasi Penelitian**

UMA (Universitas Medan Area) adalah Yayasan Pendidikan yang didirikan oleh Haji Agus Salim. Medan Area adalah nama yang heroik bagi masyarakat kota Medan dan Provinsi Sumatera Utara, karena erat kaitannya dengan perjuangan mempertahankan kemerdekaan di kota Medan dan sekitarnya. Di sinilah pada 1985 dibuka Fakultas Psikologi yang pertama di luar Jawa. Sambutan masyarakat sangat antusias, pada tahun pertama mahasiswanya sudah mencapai 204 orang. Lalu, di tahun akademik 1988/1989 dibuka pula Fakultas Biologi, yang juga yang pertama di luar Jawa. Kini, UMA telah memiliki 7 fakultas (Teknik, Pertanian, Ekonomi, Ilmu Sosial dan Politik, Hukum, Psikologi, Biologi), dan program pascasarjana Magister Administrasi Publik

Dalam penelitian ini penulis menentukan Kampus I UMA sebagai lokasi pertama penelitian, Tepatnya digedung FISIP UMA. UMA (Universitas Medan Area) merupakan salah satu Universitas swasta yang ada di kota Medan. UMA memiliki 2 kampus, kampus I disebut kampus utama terletak Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jalan Gedung PBSI. Fakultas fakultas yang ada di Kampus I antara lain, Fakultas Teknik, Fakultas Pertanian, Fakultas Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Psikologi, dan Fakultas Biologi.

Dikampus I UMA juga tersedia beberapa fasilitas antara lain, Masjid At-Taqwa, kantin, kebun percobaan, pusat komputer, laboratorium, perpustakaan fakultas, perkantoran rektorat, serta lapangan olahraga. Kampus II terletak di Jalan

Sei Serayu Nomor 70 A/Jalan Setia Budi Nomor 79 B, Medan. Terdapat enam fakultas reguler, ditambah dengan Fakultas Ekonomi, serta dilaksanakan juga perkuliahan untuk mahasiswa pada jenjang Strata 2 (S2). Saat ini telah dilaksanakannya perkuliahan untuk program Studi Magister Administrasi Publik (MAP), Magister Agribisnis (MA), Magister Hukum (MH), dan Magister Psikologi (MPsi) yang dilaksanakan pada pagi dan malam hari.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dikampus I FISIP UMA Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/ Jalan Gedung PBSI. Sebelum melakukan penelitian, penulis melakukan konfirmasi izin riset terdahulu, yaitu pada hari Senin tanggal 16 januari 2017. Setelah melakukan konfirmasi perizinan riset pada pihak yang bersangkutan, yaitu Dekan FISIP UMA maka perizinan riset akhirnya diberikan pada penulis sejak tanggal 26 januari 2017. Selanjutnya penulis melakukan riset dengan cara wawancara tepat 11 hari setelah izin riset dikeluarkan pihak FISIP UMA.

Dalam melakukan penelitian, proses wawancara dilakukan selama 2 hari, dimulai tanggal 6 Februari sampai 7 Februari 2017 Sebelum proses wawancara berlangsung penulis telah mendapatkan narasumber/ informan sesuai dengan kriteria penelitian. Adapun data narasumber/ informan dapat dilihat dari tabel data berikut:

*Tabel 4 1 Identitas Narasumber*

NO	NAMA	JURUSAN	NPM	UMUR
1	Abdul Khodir	Administrasi Publik	128520024	23 tahun
2	Iwan Purnama	Ilmu Pemerintahan	138510007	22 tahun
3	Khoirun Nisa S	Ilmu Komunikasi	168530101	20 tahun
4	Lia	Ilmu Pemerintahan	148510016	19 tahun
5	M. Arief Rusyidi	Ilmu Pemerintahan	148510007	21 tahun

6	Togar Parlindungan	Ilmu Komunikasi	138530032	21 tahun
Jumlah			6 orang	

**Sumber:** Penelitian 2017

Sebuah proses pada individu yang dapat mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensorik melalui pengguna panca indera sehingga dapat mempengaruhi beberapa faktor dalam proses berfikir dan belajar, hal ini disebut juga sebagai konsep persepsi. Tidak dapat dipungkiri bahwasannya persepsi mampu mempengaruhi suatu objek. Misalnya pada penelitian ini, objeknya adalah *talkshow* Mata Najwa.

Dalam kiprahnya didunia pertelevisian *talkshow* Mata Najwa tentu berkembang dengan adanya berbagai persepsi masyarakat yang telah di implementasikan. Mata Najwa sendiri dikenal salah satu *talkshow* yang mau menampung segala persepsi masyarakat sebagai penonton. Terlihat dari media sosial yang dikelola oleh admin *talkshow* Mata Najwa yang aktif merespon persepsi dari masyarakat sebagai penonton.

Dalam penelitian ini penulis juga mencari berbagai persepsi masyarakat sebagai penonton, khususnya mahasiswa namun dengan situasi, tempat dan keadaan yang berbeda. Wawancara pertama dilakukan dimulai dengan seorang mahasiswa yang saat ini sudah duduk di semester 7 bangku perkuliahan. Togar Parlindungan adalah salah satu narasumber/ informan yang sudah menjadi penonton Mata Najwa sejak tiga tahun lalu. Diawal wawancara yang dilakukan pada hari Senin tanggal 6 Februari 2017, narasumber/ informan ini menceritakan persepsinya tentang sosok Najwa Shihab sebagai presenter *talkshow* Mata Najwa.

Menurut narasumber/ informan Najwa Shihab adalah salah satu sosok wanita Indonesia yang cerdas, kritis, dan berani. Dalam setiap episode Mata Najwa, narasumber/ informan ini sangat kagum ketika Najwa berhasil membuat narasumber yang diundang di Mata Najwa menjadi terbata-bata dalam menjawab pertanyaannya. Meski sering orang mengatakan Najwa Shihab adalah presenter yang judes, bagi narasumber/ informan sikap Najwa Shihab tersebut bukanlah judes, namun tegas. Dan menurutnya sikap tegas sangat perlu bagi seorang presenter *talkshow* khususnya *talkshow* bermuatan politik.

Menurut Togar sebagai narasumber/ informan dalam penelitian ini, selama menjadi penonton Mata Najwa dia belum pernah menemukan Najwa Shihab melanggar etika penyiaran khususnya etika seorang presenter atau jurnalis. Baginya penting seorang presenter *talkshow* politik memiliki sifat ketegasan, melihat narasumber yang sering dihadapi adalah orang-orang politik yang identik dengan menutup-nutupi sebuah fakta yang ingin diketahui masyarakat.

*Talkshow* Mata Najwa sejak awal kemunculan memang sudah mencitrakan program acara yang bermuatan sosial dan politik. Namun dalam penelitian ini penulis hanya akan membahas *talkshow* Mata Najwa ketika menjadi media informai politik.

Kenikmatan menonton Mata Najwa selain berasal dari sosok didalam acara tersebut (presenter ataupun narasumber), tentu topik atau materi yang dibahas menjadi salah satu faktornya. Menurut narasumber/ informan jika isu yang dibahas itu itu saja meskipun lagi booming, penonton akan lebih mudah jenuh menontonnya. Contohnya pada topik pilkada Jakarta, narasumber/ informan

menilai Mata Najwa terlihat kaku jika membahas topik yang sama seperti di Tv lainnya. Namun sejauh ini menurut narasumber/ informan Mata Najwa berhasil menyampaikan materi politik yang sering membosankan itu menjadi menarik.

*Talkshow* merupakan salah satu program acara TV yang identik dengan metode Tanya jawab. Dan biasanya Tanya jawab dilakukan antar presenter dengan narasumber yang diundang oleh acara *talkshow* tersebut. Bicara tentang narasumber yang diundang di Mata Najwa narasumber/ informan dalam penelitian ini merasa Mata Najwa adalah salah satu program yang berhasil membawa banyak pejabat politik yang penting penting di Negeri ini. Jadi narasumber yang diundang dalam setiap episodenya selalu berkompeten.

Narasumber/ informan juga menceritakan sangat menyukai segmen bersama narasumber, karena Mata Najwa sering menyajikan klip tentang profil narasumber yang diundang. Baginya itu salah satu hal yang sederhana tapi penting, karena alangkah baiknya penonton tahu sebelumnya siapa sosok yang diundang sebagai narasumber. Bagi narasumber/ informan dalam penelitian ini Mata Najwa dengan prestasi yang diraih selama ini sesuai sama yang selalu disajikannya. Narasumber/ informan juga menjelaskan untuk penampilan stage Mata Najwa bisa dikategorikan “wah” dalam kategori *talkshow*.

Setelah melakukan wawancara dengan narasumber/ informan pertama dan menemukan satu persepsi awal tentang *talkshow* Mata Najwa di Metro TV penulis kembali melanjutkan wawancara dengan narasumber/ informan selanjutnya. Iwan Purnama merupakan mahasiswa FISIP UMA yang sudah

berkuliah selama hampir empat tahun, narasumber/ informan ini dan sudah menjadi penonton Mata Najwa sejak tiga tahun lalu.

Najwa Shihab bagi narasumber/ informan kali ini adalah sosok yang sangat inspiratif, cantik dan cerdas. Pertama kali menonton Mata Najwa narasumber/ informan menceritakan sudah sangat suka melihat Najwa Shihab sebagai presenter. Baginya untuk mengetahui kabar politik di Indonesia sekarang sudah sangat mudah, karena cukup dilakukan dengan menonton Tv saja dan masyarakat sudah mampu mengakses segala informasi.

Media memang merupakan salah satu unsur komunikasi yang membuat fungsi komunikasi dapat berjalan dengan lancar. Seperti yang dirasakan Iwan, karena adanya media yang mau menayangkan program *talkshow* bermuatan politik, sekarang untuk mengetahui informasi politik semakin mudah. Selain media, unsur komunikasi yang juga penting adalah pesan. Dalam *talkshow* Mata Najwa, pesan dapat ditemukan didalam materi yang akan disampaikan. Dan inilah persepsi Iwan tentang materi materi yang pernah tayang di *talkshow* Mata Najwa.

Menurut narasumber/ informan selama ini materi yang disampaikan di Mata Najwa tidak ditemukan masalah, Mata Najwa selalu bisa menayangkan materi yang lagi hangat hangatnya yang memang masyarakat merasa ingin tahu dan perlu tahu tentang permasalahan tersebut. Meskipun banyak masyarakat merasa politik itu agak berat, tapi narasumber/ informan mengatakan materi yang disampaikan Mata Najwa setiap episode nya adalah materi yang memang ditunggu tunggu masyarakat untuk diperbincangkan.

Mata Najwa menjadi lebih seru ketika narasumber yang didatangkan tidak hanya dari satu pihak tapi dari dua pihak. Misalnya pada episode Pejabat Pemburu Rente yang mendatangkan Fadli Zon dan Ruhut Sitompul yang sudah jelas mereka adalah orang dengan pihak yang berbeda. Memang ada perdebatan yang terjadi antar keduanya pada episode itu, tetapi masyarakat yang menonton menjadi lebih tahu informasi sebenarnya. Ditambah lagi Mata Najwa mampu menampilkan video yang berisi pernyataan yang disanggah narasumber di studio. Hal tersebut dianggap narasumber/ informan adalah hal yang mampu menunjang krestifitas masyarakat sebagai penonton.

Setelah melakukan wawancara bersama Iwan penulis menilai Mata Najwa mengandung unsur-unsur komunikasi yang mampu menjalankan fungsi komunikasi dengan baik. Pria yang berumur 22 tahun ini begitu antusias ketika membicarakan setiap episode yang pernah dia tonton di Mata Najwa, namun ketika ditanya secara teknis penyiaran Iwan mengatakan bahwa selama ini tidak ada masalah teknis yang pernah dia rasakan selama menonton Mata Najwa.

Bagi narasumber/ informan untuk tampilan dan isi program Mata Najwa sudah cukup bagus dan menarik. Mulai dari tampilan fisiknya, video yang selalu unik dan kreatif, hingga isi program yang paling menarik di Mata Najwa yaitu catatan Najwa. Narasumber/ informan juga menyatakan paling suka dengan catatan Najwa yang dianggap menjadi bagian terbaik di Mata Najwa.

Setelah mendapat hasil wawancara dari dua orang narasumber/ informan dengan latar belakang jurusan perkuliahan yang berbeda, penulis menganggap hasil wawancara tersebut merupakan hasil wawancara yang sama sama positif.

Selanjutnya penulis mewawancarai narasumber/ informan yang bernama Abdul Khodir Sulaiman. Mahasiswa semester Sembilan FISIP UMA ini dapat meluangkan waktunya untuk diwawancarai di hari yang sama.

Narasumber/ informan kali ini sudah menjadi penonton Mata Najwa sejak semester satu, menurutnya Najwa Shihab sebagai presenter terlalu mendominasi, meski Najwa Shihab adalah sosok yang pintar namun untuk teknik wawancara Najwa sering kali lebih banyak bicara daripada narasumbernya, sehingga terlihat tidak bagus.

Persepsi secara umum yaitu hasil dari stimuli, seleksi dan interpretasi manusia pada sebuah objek. Dari wawancara ketiga ini ditemukan sebuah persepsi yang sedikit berbeda dibanding hasil wawancara dengan narasumber/ informan sebelumnya. Selanjutnya wawancara dilakukan dengan bertanya tentang materi dan narasumber yang diundang di *talkshow* Mata Najwa.

Menanggapi materi Mata Najwa narasumber/ informan menyatakan sudah cukup bagus, namun ada beberapa materi dianggap terlalu berlebihan dan terlihat settingan. Settingan yang dimaksud narasumber/ informan disini bukan settingan situasi dalam *talkshow* saat tapping seperti acara *variety show* tetapi situasi politik atau isu politiknya. Narasumber/ informan merasa setiap isu politik yang menjadi materi di Mata Najwa seringkali akan melebar ke isu lainnya, sehingga sering kali dari isu yang ada timbul isu politik baru seolah olah disetting atau dipaksa untuk ada isu politik.

Berbicara narasumber, selama ini Mata Najwa bisa dibilang menghadirkan narasumber yang berkualitas. Selanjutnya tentang klip vitae sudah

sangat bagus dan kreatif, beberapa video yang dihadirkan cukup menjadi inspirasi bagi penonton, namun terkadang ada beberapa dari video tersebut dianggap narasumber/ informan menjadi alat untuk memprovokasi. Selanjutnya masalah tampilan, tata suara, sudah cukup baik, sehingga penonton akan nyaman untuk nonton terus terusan.

Perbedaan persepsi dalam Ilmu Komunikasi adalah hal yang dianggap biasa, karena proses pembentukan persepsi tergantung pada setiap masing masing orangnya. Dari hasil wawancara dengan Abdul Khodir penulis menemukan persepsi pertama yang sedikit berbeda dari sebelumnya.

Dalam wawancara ketiga ini terdapat pernyataan tentang video yang mampu memprovokasi. Abdul Khodir menjelaskan video yang bisa menjadikan penonton terprovokasi adalah video yang sering ditampilkan Mata Najwa untuk menjadi bahan wawancara pendukung sebelum mewawancarai narasumber yang telah diundang distudio. Yangmana sering kali video tersebut berisi tentang sosok yang memiliki argumen atau pendapat yang berbeda dengan narasumber yang diundang distudio. Bagian menampilkan video tersebutlah yang dianggap Abdul Khodir adalah salah satu bagian di Mata Najwa untuk memprovokasi narasumber atau penonton.

Setelah melakukan wawancara dengan narasumber/ informan ketiga, wawancara dilanjutkan kembali dengan seorang mahasiswi studi pemerintahan FISIP UMA bernama Lia. Masih dengan pertanyaan yang sama Lia menyampaikan persepsinya tentang Najwa Shihab sebagai presenter *talkshow* Mata Najwa di Metro TV. Najwa Shihab menurut narasumber/ informan ini

adalah salah satu jurnalis senior yang sangat kritis, dan sangat pandai. Baginya sebagai presenter Najwa Shihab adalah contoh yang terbaik yang dipunya Metro TV. Namun ketika menjadi presenter narasumber/ informan merasa Najwa Shihab sering kali menyudutkan narasumber yang tidak berpihak Metro Tv.

Dalam wawancaranya mahasiswi berhijab ini menyampaikan saran untuk Najwa Shihab agar tidak terlalu kelihatan berpihak. Karena beberapa kali menonton Mata Najwa Lia merasa Najwa Shihab seolah menggali paksa informasi dari narasumber yang diundang, sehingga tidak terkesan sedang mewawancarai namun terlihat seperti sedang mengintrogasi seseorang yang bersalah. Selain itu Lia juga merasa sering ada kepentingan pemilik TV yang disisipkan di Mata Najwa sehingga Najwa Shihab terlihat berpihak.

Selama menonton Mata Najwa narasumber/ informan melihat materi yang disampaikan pada setiap tayangannya adalah permasalahan politik yang baru dan tidak sekedar permasalahan fiktif belaka namun sebuah permasalahan fakta yang dianggap perlu untuk dipublikasikan ke masyarakat. Namun setiap menonton Mata Najwa narasumber/ informan merasa risih melihat ada perdebatan antar narasumber khususnya pada episode politik. Baginya perdebatan tersebut membuat tayangan tersebut terkesan tidak mendidik.

Sebuah program acara yang akan ditayangkan di TV sebelumnya harus mendapat izin dari Lembaga Penyiaran. Mata Najwa sendiri selama ini belum pernah mendapatkan teguran dari lembaga pengawasan penyiaran. Meski yang dikatakan Lia adalah bukan hal yang baru namun perdebatan antara narasumber belum pernah menimbulkan perselisihan yang akan berimbas kepada acara

*talkshow* Mata Najwa maupun presenternya Najwa Shihab. Selanjutnya Lia jelaskan persepsi nya tentang klip vitae dan video yang ada di Mata Najwa.

Masalah teknis tampilan, suara, cahaya dalam sebuah program narasumber/ informan kali ini merasa di Mata Najwa minus dalam tata cahaya, karena studionya terlihat terlalu gelap dan suasananya terlihat seperti agak biru dongker seperti warna logo Metro TV. Selanjutnya untuk video atau klip vitae, narasumber/ informan menganggap sudah sangat bagus dan unik. Menurutnya dari berbagai kekurangan Mata Najwa tersebut dapat tertutupi dengan adanya isi program yang unik yaitu catatan Najwa dan membuat Mata Najwa menajadi tontotan menarik.

Dalam wawancara bersama Lia penulis menganggap penelitian ini masih belum menemukan hasil yang jenuh. Sehingga wawancara kembali dilanjutkan dengan narasumber/ informan yang berbeda. Dari empat narasumber/ informan yang telah diwawancara sebelumnya penulis mendapatkan dua persepsi yang positif dan dua persepsi negatif. Narasumber/ informan selanjutnya adalah mahasiswa semester enam bernama Arief dari jurusan yang sama sebelumnya yaitu studi pemerintahan. Berikut hasil persepsi Arief tentang sosok Najwa Shihab sebagai presenter *talkshow* Mata Najwa di Metro TV.

Selama menonton Mata Najwa memang tidak bisa dipungkiri kalau sosok Najwa Shihab adalah sosok yang sangat berpengaruh dalam kesuksesan *talkshow* tersebut. Kepintarannya mengolah materi dan mewawancarai narasumber dengan berbagai sifat yang beda memang bisa diacungi jempol. Bagi

narasumber/ informan ini, penonton menilai Najwa Shihab di Mata Najwa adalah satu paket yang lengkap dan sempurna.

Persepsi yang disampaikan Arief ketika diberi pertanyaan pertama dianggap penulis adalah persepsi yang serupa dengan Togar dan Iwan sebelumnya. Lalu wawancara dilanjutkan dengan membahas materi dan narasumber yang ada di Mata Najwa. Menurut narasumber/ informan Materi di Mata Najwa dianggap sudah sesuai dengan tema program *talkshow* nya, yaitu politik. Mata Najwa selama ini dirasa mampu mengolah sebuah informasi politik sehingga menjadi tontonan yang asik.

Narasumber yang diundang di Mata Najwa pun selalu yang benar benar sesuai dengan materi, tidak pernah Mata Najwa mengundang narasumber yang memang tidak sesuai dengan materi. Rata rata narasumber yang tadinya tertutup dengan sebuah permasalahan pasti di Mata Najwa jadi terbuka dan menjelaskan permasalahan tersebut.

Arief menjelaskan secara keseluruhan *talkshow* Mata Najwa sudah sangat bagus. Dan dapat dipercaya sebagai salah satu media yang ada di Indonesia untuk menyajikan informasi politik. Pendapat tersebut tentu sudah beralasan, baginya informasi politik itu dapat dipercayai jika orang yang bersangkutan berbicara langsung. Dan di Mata Najwa hal itu sudah dilakukan dengan adanya narasumber yang berkompeten pada setiap materi yang disajikan.

Menurut narasumber/ informan melihat perjalanan Mata Najwa dari dulu hingga sekarang, Mata Najwa saat ini sedang berada dipuncak karir pertelevisian. Karena dari panggung yang hanya muat 2-3 orang sekarang sudah menjadi

panggung yang sangat megah untuk sebuah *talkshow*. Catatan Najwa dan video yang sangat kreatif yang disajikan Mata Najwa adalah salah satu contoh betapa kerennya *talkshow* Mata Najwa tersebut.

Arief adalah narasumber/ informan yang kelima yang sudah diwawancarai, meskipun terdapat tiga persepsi yang positif dan 2 persepsi yang negatif penulis menganggap hasil penelitian belum memiliki hasil yang jenuh. Untuk itu penulis melakukan wawancara kembali dengan narasumber/ informan yang lain. Khairun Nisa adalah mahasiswi ilmu komunikasi FISIP UMA sejak 2016. Wawancara dengan Nisa dilakukan dengan waktu yang berbeda yaitu pada hari Selasa tanggal 7 Februari 2017.

Dalam wawancaranya Nisa menyampaikan persepsinya tentang Najwa Shihab. Menurutnya Najwa Shihab adalah figur presenter yang cerdas, kritis, netral, kredibil dan interaktif. Hal itu karena Najwa Shihab dianggap mampu menghipnotis melalui kontak Mata dengan narasumber yang akan diwawancarainya. Pertanyaan pertanyaan yang selalu ditanyakan pun sangat berbobot. Narasumber/ informan juga mengatakan masalah materi sudah sangat bagus, karena Mata Najwa selalu update masalah politik. Menurutnya Mata Najwa bisa dibilang mampu mengelola informasi politik jadi kelihatan menarik untuk ditonton.

Pada awalnya penulis sudah menentukan target narasumber/ informan berdasarkan kriteria dengan jumlah enam orang, dan Nisa adalah narasumber/ informan yang terakhir. Namun, jika hasil wawancara terakhir ini memiliki persepsi yang sama dengan dua informan sebelumnya yang menyampaikan

persepsi negatifnya maka penelitian kembali dilanjutkan dengan narasumber/informan yang baru karena hasil penelitian belum menemukan hasil yang jenuh.

Untuk mengetahui lebih lanjut persepsi Nisa apakah menghasilkan persepsi yang positif atau negatif maka wawancara dilanjutkan dengan topik narasumber, klip vitae, dan kualitas fisik. Narasumber yang diundang Mata Najwa menurutnya memiliki sikap yang beragam, kadang ada yang selalu emosi, tertutup dan tidak transparan, tapi ada juga yang humble yang bisa mencairkan suasana *talkshow* politik itu jadi cair dan tidak terlalu tegang. Tapi sejauh ini Mata Najwa menurutnya dianggap sudah mampu menghadirkan narasumber yang sangat berkompeten.

Adanya video atau klip Vitae yang disajikan Mata Najwa menurut narasumber/informan merupakan ide bagus dalam sebuah *talkshow* politik. Di Mata Najwa sendiri narasumber/informan merasa senang dan terhibur ketika video musik parodi yang dibuat oleh Eka Gustiwara. Menurutnya kreatifitas Eka sebagai *composser* musik membuat Mata Najwa menjadi seru dan lucu. Untuk isi program dan kualitas fisik Mata Najwa sudah tidak patut dikritik lagi, karena menurut narasumber/informan broadcaster handal sudah pasti ada dibalik itu semua.

Mata Najwa memang sering menghadirkan isi program yang unik dan menarik, karena sesuai tagline nya yaitu Menikmati Berita dengan Cara yang Berbeda Mata Najwa dipastikan selalu hadir dengan inovasi yang terus baru dan terbaik di dunia penyiaran. Tidak jarang sering yang dilakukan Mata Najwa menjadi trending di masyarakat.

Eka Gustiwara adalah salah satu *composser* musik di Indonesia yang terkenal dengan musik video Subur-Arya Wiguna dan Harga BBM-Jeremy Tetty. Yang unik dalam karya Eka tersebut adalah video yang Eka buat adalah kumpulan dari beberapa video percakapan yang digabung dan diolahnya untuk menjadi sebuah video musik dengan tambahan alunan musik kedalam video tersebut, sehingga seolah olah video tersebut benar benar dilakukan dengan melalui proses rekaman menggunakan metode madley.

Video video Mata Najwa bersama narasumbernya juga sering menjadi salah satu ekperimen Eka, sehingga sering sekali yang telah dibuat Eka ditampilkan di Mata Najwa. Karya yang dilakukan Eka dapat dikatakan sebagai faktor pendukung sebuah acara, terutama acara *talkshow*. Seperti yang dikatakan Nisa faktor pendukung tersebut mampu mencuri perhatian penonton sehingga penonton menikmati setiap segmen yang ada di Mata Najwa.

Setelah melakukan wawancara dengan narasumber terakhir yaitu Nisa, penulis menganggap wawancara dalam penelitian ini sudah mampu memberikan hasil penelitian yang diinginkan. Untuk itu wawancara tidak dilakukan kembali karena dengan enam narasumber, penulis sudah menemukan hasil penelitian.

## **B. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan pengamatan dan wawancara bersama enam narasumber/ informan yang sudah menjadi penonton Mata Najwa rata rata lebih dari satu tahun maka penulis akan memberikan pembahasan pada berikut ini.

Pada awalnya penelitian ini dilakukan karena penulis membaca kesimpulan dari sebuah penelitian yang berjudul “Persepsi Penonton Televisi Terhadap Citra Najwa Shihab Sebagai Presenter *Talkshow* Mata Najwa”. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa dari sebuah *talkshow*, yaitu *talkshow* Mata Najwa dapat menghasilkan persepsi tentang sosok presenter yang memandu acara tersebut yaitu Najwa Shihab. Dengan melakukan penelitian dari berbagai aspek ilmu komunikasi dan ilmu penyiaran maka persepsi yang dihasilkan dalam penelitian tersebut terhadap citra Najwa Shihab sebagai presenter sudah sangat baik.

Setelah membaca kesimpulan dari penelitian tersebut penulis berfikir untuk melakukan pengembangan penelitian terdahulu agar menjadi sebuah penelitian baru, dengan fenomena baru dan situasi yang baru. Karena mengingat penelitian terdahulu hanya membahas citra Najwa Shihab sebagai Presenter sehingga perlu bagi penulis membahas lebih dalam yaitu tidak hanya pada presenternya saja tapi juga isi yang ada didalam program *talkshow* tersebut.

Dari pertanyaan pertanyaan yang penulis ajukan dalam wawancara kepada narasumber/ informan, penulis mendapatkan hasil penelitian dengan gambaran umum sebagai berikut:

1. Persepsi Positif.

Ditemukan pada persepsi yang disampaikan oleh Togar Parlindungan (21), Iwan Purnama (22), M. Arief Rusyidi (21), dan Khoirun Nisa S (20)

2. Persepsi Negatif

Ditemukan pada persepsi yang disampaikan oleh Abdul Khodir Sulaiman (23) dan Lia (19)

Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa persepsi yang ditemukan adalah hasil penelitian yang sudah jenuh. Karena persepsi positif lebih banyak dibandingkan persepsi negatif. Secara umum persepsi yang dihasilkan dari enam narasumber/ informan tentang sosok Najwa Shihab sebagai presenter menemukan hasil yang positif. Karena sesuai dari penelitian terdahulu yang membahas citra Najwa Shihab, namun dibalik persepsi positif tersebut penulis menemukan dari dua narasumber/ informan yang memiliki unsur negatif pada sosok Najwa Shihab dilihat dari berbagai aspek.

Abdul Khodir merupakan narasumber/ informan yang memiliki persepsi negatif pertama. Dalam wawancara nya Abdul Khodir menyatakan kekagumannya pada sosok Najwa Shihab yang sangat cerdas. Akan tetapi dilihat dari sosok nya sebagai presenter Abdul Khodir merasa Najwa Shihab sering lari dari konteks seorang presenter yang seharusnya berfungsi sebagai pemandu acara, dan hal tersebut sering terjadi ketika Najwa Shihab mewawancarai narasumber yang diundang. Abdul Khodir menganggap Najwa Shihab lebih banyak berbicara daripada narasumbernya.

Selanjutnya Lia yang memiliki persepsi negatif juga mengatakan sebagai presenter Najwa Shihab sering kali menyudutkan narasumber. Lia merasa hal itu merupakan sesuatu yang tidak baik yang dimiliki oleh seorang presenter. Namun lagi lagi pada umumnya mereka sangat mengagumi sosok Najwa Shihab yang

dinilai sebagai wanita yang cerdas, dan gambaran umum tersebut sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya seperti yang sudah penulis jelaskan diatas.

Terkait dengan persepsi negatif yang disampaikan oleh kedua narasumber/ informan diatas penulis menemukan penjelasan dari Najwa Shihab. Dalam teknik wawancara, ada teknik *cornering*. Asalnya dari *corner* atau sudut. Dalam teknik ini pembawa acara menggiring narasumber agar mengungkap sebuah isu semakin dalam. Ini dilakukan untuk memancing narasumber yang kekeh mempertahankan argumentasi atau membantah. Ini wajar, selama pembawa acara maupun narasumber tetap menjaga profesionalisme masing masing. (Brilianto, 2014:69)

Seorang pembawa acara sebaiknya jangan pernah mengajukan pertanyaan yang bakal dijawab “iya” atau “tidak”. Kalau narasumber mengatakan “iya” atau “tidak”, maka pembawa acara terpaksa harus ekstra kerja keras buat menggali informasi lebih jauh lagi. Ubah format pertanyaan dengan pertanyaan terbuka. Dengan begitu, narasumber dapat memberi jawaban yang juga lebih terbuka. (Brilianto, 2014:65). Dari kutipan tersebut dapat diketahui metode Najwa Shihab dengan menggunakan pertanyaan terbuka itu membuat seolah olah Najwa sebagai presenter lebih banyak berbicara.

Dari hasil penelitian diatas penulis menentukan bahwa persepsi negatif yang dihasilkan oleh Abdul Khodir dan Lia adalah perspsi yang bersifat dugaan. Oleh karena data yang diperoleh mengenai objek lewat penginderaan tidak pernah lengkap, persepsi merupakan loncatan langsung pada kesimpulan. Seperti proses

seleksi, langkah ini dianggap perlu karena kita tidak mungkin memperoleh seperangkat rincian yang lengkap dari kelima indera kita. (Mulyana, 2010:201).

Persepsi yang dihasilkan oleh Abdul Khodir dan Lia adalah persepsi yang terjadi tanpa melalui tahap seleksi. Keduanya menghasilkan persepsi dengan proses tahapan *stimuli*/ perangsangan, lalu ke penafsiran, selanjutnya langsung ke tahap persepsi yang kemudian menghasilkan kesimpulan. Sehingga dapat dikatakan persepsi tersebut adalah jenis persepsi bersifat dugaan. Persepsi yang bersifat dugaan ini memungkinkan untuk menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari suatu sudut pandang mana pun. Oleh karena itu jika informasi yang lengkap tidak tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat penginderaan itu. (Mulyana, 2010:201).

Selanjutnya penulis melanjutkan pembahasan, masih dari sudut pandang yang sama dengan sebelumnya yaitu sosok Najwa Shihab sebagai presenter *talkshow* Mata Najwa di Metro TV, namun dengan hasil persepsi yang positif. Terdapat empat persepsi positif dari narasumber/ informan yang sudah di wawancarai.

Dari keempat hasil persepsi positif tersebut penulis mendapatkan persepsi masyarakat tentang Najwa Shihab sebagai presenter *talkshow* Mata Najwa sebagai berikut, Najwa Shihab sosok jurnalis wanita yang cerdas, cantik, kritis, dan tegas sebagai presenter Mata Najwa. Dalam penelitian terdahulu dijelaskan bahwa elemen penting dalam Mata Najwa adalah Najwa Shihab,

dimana sebagai produser dan presenter, Najwa yang akan menentukan bagaimana *talkshow* tersebut berjalan, termasuk pemilihan narasumber.

Kredibilitas Najwa Shihab sebagai presenter didukung dengan kemampuan verbal kritis yang dimilikinya. Najwa mampu mengarahkan *talkshow* tersebut dan menggali informasi dari narasumber dengan baik. kemampuan verbal ini didukung dengan nonverbalnya, seperti penampakan fisik, *artifactual* (penampilan), *paralanguage* (intonasi saat berbicara), dan *eye contact*. Hasil dari penelitian terdahulu mengenai sosok Najwa Shihab sebagai presenter pada umumnya dianggap sama. Sehingga dalam penelitian ini tidak memiliki sanggahan untuk penelitian terdahulu.

Selanjutnya pembahasan penelitian dilanjutkan kepada persepsi tentang materi yang ditayangkan pada *talkshow* Mata Najwa. Hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara bersama narasumber/ informan menemukan pendapat negatif dari Abdul Khodir, yang merasa Mata Najwa seperti melakukan settingan pada beberapa episode nya. Dalam uraian teoritis dijelaskan bahwa melakukan kegiatan komunikasi massa jauh lebih sukar daripada komunikasi antar pribadi. Seorang komunikator yang menyampaikan pesan kepada ribuan pribadi yang berbeda pada saat yang sama, tidak akan bisa menyesuaikan harapannya untuk memperoleh tanggapan mereka secara pribadi.

Salah satu jenis komunikasi massa adalah komunikasi massa jarum hipodermik (*hypodermic needle model*). Secara harfiah *hypodermic* berarti dibawah kulit. Dalam hubungannya dengan komunikasi massa, istilah *hypodermic needle model* mengandung anggapan dasar bahwa media massa menimbulkan

efek yang kuat, terarah segera dan langsung itu adalah sejalan dengan pengertian “perangsang tanggapan (*stimulus-respons*)” (Effendy, 2003:79)

Dalam hal ini penulis menganggap persepsi yang dirasakan Abdul Khodir terjadi karena model komunikasi massa Mata Najwa adalah model komunikasi jarum hipodermik. Yang mana model jarum hipodermik tersebut akan berakhir pada tanggapan atau respon. Seseorang yang bersangkutan dalam materi sebelumnya di Mata Najwa, seringkali akan muncul di episode Mata Najwa berikutnya untuk menjelaskan sesuatu yang dianggapnya tidak sesuai pada episode sebelumnya. Sehingga seperti yang dirasakan Abdul Khodir bahwa Mata Najwa melakukan settingan dalam materi yang disampaikannya.

Kebanyakan orang menjalani hari-hari mereka dengan perasaan bahwa apa yang mereka persepsi adalah nyata. Mereka pikir bahwa menerima pesan dan menafsirkannya sebagai proses yang alamiah. Hingga derajat tertentu asumsi itu benar. Akan tetapi terkadang alat-alat indera dan persepsi kita menipu kita sehingga kita juga ragu seberapa dekat persepsi kita dengan realitas yang sebenarnya.

Tidak ada persepsi yang pernah objektif. Anda melakukan interpretasi berdasarkan pengalaman masa lalu dan kepentingan Anda. Persepsi adalah proses kognitif psikologis dalam diri Anda yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai dan pengharapan untuk memaknai objek persepsi. Dengan demikian, persepsi bersifat pribadi dan subjektif (Mulyana, 2010:206)

Kembali lagi membahas topik materi di Mata Najwa untuk kelima narasumber/ informan pada umumnya memiliki persepsi yang sama tentang

materi yang ada di Mata Najwa. Hanya dalam wawancara, Lia sebagai narasumber/ informan yang memiliki persepsi negatif pada Mata Najwa melihat sebuah sisi buruk dari narasumber yang diundang oleh *talkshow* Mata Najwa. Persepsi negatif tersebut dilihat dari seringnya narasumber yang beradu argumen atau pendapat pada segmen wawancara.

Menurut Lia untuk sebuah program *talkshow* politik yang didalamnya sering menampilkan orang-orang terpelajar sikap tersebut sungguh tidak mencerminkan sebuah tayangan yang mendidik. Dalam sebuah *talkshow* presenter memiliki tugas untuk menjaga durasi. Tak jarang jika sudah terjadi situasi yang Lia, Najwa Shihab sebagai presenter sering memotong perbincangan narasumber. Namun hal tersebut kembali mendapat nilai negatif dari penonton seperti yang dikatakan Abdul Khodir yaitu Najwa Shihab menjadi lebih banyak bicara dibanding narasumbernya.

Kekuatan program *talkshow* terletak pada eksplorasi terhadap narasumber. Dalam jurnalistik, narasumber yang tepat merupakan jendela untuk mendapatkan informasi yang berkualitas dan kunci sukses dalam mendapatkan data yang disajikan kepada penonton. Walaupun keberhasilan wawancara terletak bagaimana pembawa acara selaku pewawancara mewawancarai narasumber, namun kompetensi narasumber juga harus diperhitungkan. Tim produksi program *talkshow* tidak bisa sesuka hati mengundang setiap orang sebagai narasumber tanpa melakukan sebuah perisetan mengenai latar belakang calon narasumber tersebut.

Persepsi yang disampaikan Lia tentang narasumber yang diundang di Mata Najwa memang adanya, hal tersebut terjadi karena di Mata Najwa selalu menghadirkan narasumber dari kedua belah pihak. Sehingga sering terjadi perdebatan argument antar kedua belah pihak yang diundang tersebut. Dalam sebuah *talkshow* hal tersebut dianggap Najwa Shihab wajar, selagi belum melanggar etika penyiaran. Dalam buku Brilianto yang berjudul Berguru News Anchor Pada Najwa Shihab, dikatakan bahwa *talkshow* jadi tempat bertukar ide, bukan Cuma sesi tanya jawab yang kaku. Dari katanya saja yaitu *talk* adalah dialog, dan *show* adalah pertunjukan. Jadi, dialog dan pertukaran gagasan bakal jadi sebuah pertunjukan yang menarik buat ditonton.

Kemampuan Najwa Shihab, materi yang ditayangkan, serta narasumber yang diundang sudah jelas menjadi faktor pendukung daya tarik masyarakat untuk menonton Mata Najwa. Namun selain hal tersebut terdapat pula faktor pendukung lainnya yaitu penyajian klip vitae dan video serta kualitas fisik *talkshow* Mata Najwa.

Sebelumnya tentang penyajian klip vitae dan video pada umumnya menghasilkan persepsi yang sama sama positif sehingga pada kategori ini penulis tidak perlu membahas lebih dalam. Perspepsi yang positif dapat dihasilkan karena narasumber/ informan memiliki sudut pandang yang sama. Yangmana proses pembentukan persepsi dilakukan melalui indera dan tahap yang sama. Adapun video dalam Mata Najwa yang diduga dapat memprovokasi penonton berdasarkan persepsi dari Abdul Khodir sebelumnya, telah penulis jelaskan pada hasil penelitian dalam bagian wawancara bersama narasumber/ informan tersebut.

Persepsi negatif pada kedua faktor pendukung tersebut ditemukan pada persepsi Lia khususnya pada tampilan cahay *talkshow*. Menurutnya tata cahaya Mata Najwa terlalu gelap. Namun hal tersebut memang sengaja ditata oleh pihak Mata Najwa seperti itu. Warna studio memang mendominasi warna gelap agar terkesan suram dan serius. Dulu *talkshow* Mata Najwa dibuat dengan konsep tanpa penonton di studio. Namun kini *talkshow* Mata Najwa menghilangkan konsep tersebut, namun pada konsep panggung tetap dibuat berhadapan hadapan dua sisi antara presenter dan narasumber sehingga tidak menghilangkan efek intim dan serius sesuai jenis *talkshow* Mata Najwa yang berkonsep *serious discussion*. Efek intim dan serius ini berpengaruh pada narasumber dalam menjawab pertanyaan yang diberikan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya serta hasil analisis data, maka penulis dapat membuat kesimpulan bahwa persepsi Masyarakat terhadap *talkshow* Mata Najwa secara umum adalah positif. Namun di beberapa bagian dalam sebuah *talkshow* ditemukan persepsi negatif.

Terjadinya perbedaan persepsi dikarenakan dalam proses inti komunikasi ada tahap yang tidak terlewat, baik itu *stimuli*/ perangsangan, seleksi, maupun *interpretasi*/ penafsiran. Persepsi manusia seringkali tidak cermat. Salah satu penyebabnya adalah asumsi atau pengharapan. Manusia mempersepsikan sesuatu atau seseorang sesuai dengan pengharapan. Dan hal tersebut dikatakan kekeliruan dan kegagalan dalam persepsi. Bentuk kekeliruan dan kegagalan persepsi dari narasumber/ informan yang ada dalam penelitian ini dikarenakan kesalahan atribusi. Inilah kesimpulan yang penulis dapat dari penelitian ini:

1. Peran Najwa Shihab sebagai presenter menjadi salah satu daya tarik masyarakat untuk menonton *talkshow* Mata Najwa. Prestasi yang disandang Najwa Shihab mendapatkan perhatian dari penonton. Narasumber/ informan menilai Mata Najwa dengan adanya Najwa Shihab adalah paket *talkshow* yang lengkap dan sempurna.
2. Masyarakat menganggap *talkshow* Mata Najwa mampu menjadi media informasi politik, dilihat dari aspek materi. Masyarakat menilai Mata Najwa

selalu memberikan siaran informasi politik yang dapat dipercaya, Narasumber/ informan juga menilai setiap materi yang disiarkan di Mata Najwa merupakan informasi yang ingin diketahui oleh masyarakat dan Najwa Shihab mampu mengajukan pertanyaan pertanyaan yang mewakili masyarakat sebagai penonton.

3. Dilihat dari aspek narasumber Mata Najwa sudah mampu menghadirkan narasumber yang berkompeten dan mau menjelaskan secara transparansi setiap permasalahan yang disajikan di Mata Najwa.
4. Adanya isi program *talkshow* seperti klip vitae, video kreatif, dan catatan Najwa mampu mendukung *talkshow* Mata Najwa menjadi tontonan politik yang asik. Mata Najwa juga mampu menyampaikan tujuannya dengan menyajikan berita dan dinikmati secara berbeda dalam setiap episodenya.
5. Kualitas fisik Mata Najwa sengaja disetting menggunakan hard lighting ataupun sedikit gelap. Hal ini dilakukan untuk menciptakan efek intim dan serius pada *talkshow*. Tampilan pada panggung menggunakan metode terbuka, namun masih dengan tata panggung yang saling berhadap hadapan antar presenter dan narasumber.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode wawancara bersama enam narasumber/ informan yang telah dilakukan, penulis sudah mendapatkan kesimpulan yang merupakan representasi dari keseluruhan pembahasan. Untuk itu penulis memberikan saran saran yang dimaksud untuk menjadi masukan kepada tim *talkshow* Mata Najwa.

1. Najwa Shihab diharapkan tetap menjadi presenter yang netral, tegas, berani, kritis dalam setiap episode Mata Najwa.
2. Jika materi dalam episode Mata Najwa yang telah ditayangkan dan menimbulkan persepsi buruk karena sebuah kesalahpahaman alangkah baiknya Mata Najwa langsung mengklarifikasi lewat akun media sosial yang dimiliki Mata Najwa.
3. Mata Najwa akan lebih baik memperluas narasumber dari berbagai latar belakang yang berbeda namun berkompeten dalam setiap episode Mata Najwa. Dan sebaiknya Mata Najwa mampu memperkecil perdebatan antar narasumber yang terkesan akan terjadi perkelahian.
4. Klip vitae dan video akan lebih baik menjadi isi program yang selalu ada pada setiap episode Mata Najwa seperti halnya catatan Najwa.
5. Kualitas fisik di Mata Najwa diharapkan terus meningkat dan mengikuti trend zaman sehingga masyarakat akan terus tertarik dan tidak pernah jenuh menonton Mata Najwa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Fennty, 2015. *Mata Najwa Mantera Layar Kaca*. Media Indonesia Publishing, Jakarta Barat.
- Effendy, Uchajana Onong, 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Jalalludin Rakhmat, 2008 *Psikologi Komunikasi, edisi revisi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- K. Jaya Brilianto, 2014 *Berguru News Anchor Pada Najwa Shihab*. Republika. Jakarta Selatan
- Kotler, Philip & Kevin, 2009. *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Mabruri KN, Anton, 2013. *Manajemen Produksi Program Acara Televisi Format Acara Non-Drama, News & Sport*. Gramedia, Jakarta
- McQuail, D, 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Salemba Humanika, Jakarta.
- Moleong, L, 2002. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung
- Morissan, 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta
- Mufid, Muhamad, 2010. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Muyana, Deddy, 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Rosadakrya, Bandung.

Notoatmodjo, S. 2002. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta, Jakarta

Singarimbun, Masri & Effendi Sofian, 2009. *Metode Penelitian*. Pustaka LP3ES, Jakarta

Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, CV, Bandung.

**SUMBER – SUMBER LAIN:**

Bayu Aji. “Potret 35 Ribu Penonton Mata Najwa On Stage Pemecah Rekor Muri”. 2016. Metro tv news.com. 28 Agustus. Diakses pada tanggal 8 November 2016. <<http://news.metrotvnews.com/peristiwa/ybD1o7Xk-potret-35-ribu-penonton-mata-najwa-on-stage-pemecah-rekor-muri>>

Syafiq . “Buramnya Mata Najwa, [Ketika Metro TV Jadi Alat Kampanye]”. 2015. ISLAMEDIA. 8 Oktober 2015. Diakses pada tanggal 8 November 2016. <<http://islamedia.id/buramnya-mata-najwa-ketika-metro-tv-jadi-alat-kampanye-ahok/>>

## LAMPIRAN



