

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan aspek terpenting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia sangat dipengaruhi oleh setiap komunikasi yang dilakukan dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal. Komunikasi juga dapat disebut sebagai proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan yang tidak terlepas dari peranan media massa, salah satu diantaranya adalah televisi. (Morissan, 2013:1)

Televisi merupakan media massa elektronik yang modern namun paling akhir kehadirannya. Televisi dianggap sebagai media massa paling efektif, dan banyak menarik simpatik kalangan masyarakat luas, seiring dengan perkembangan teknologi yang begitu cepat, hal ini dikarenakan sifat audio visual nya yang tidak dimiliki oleh media massa lainnya dan penayangannya yang juga mempunyai jangkauan yang relative tidak terbatas. (Darwanto, 2007: 32).

Saat ini, kebutuhan akan informasi semakin dibutuhkan manusia. Salah satu sumber saluran informasi dan hiburan adalah media . Media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Khalayak sudah sangat pintar dalam memilih media komunikasi massa, yang mana dalam hal ini adalah televisi untuk mereka gunakan. dalam hal penerimaan informasi juga khalayak tak lagi menerima begitu saja yang didapat oleh media, tetapi juga sudah dapat memilih informasi mana yang berguna atau penting baginya untuk dia pilih .

Perkembangan dunia pertelevisian di Indonesia kini semakin marak bermunculan, terbukti dengan kelahiran stasiun-stasiun televisi saat ini yang terdiri dari, stasiun televisi milik pemerintah yaitu TVRI dan lainnya merupakan stasiun televisi swasta, mulai dari INDOSIAR, TRANS TV, TRANS 7, RCTI, SCTV, MNCTV, ANTV, GLOBAL TV, METRO TV, TV ONE, NET TV, KOMPAS TV, dan stasiun TV lokal lainnya. Hadirnya beberapa stasiun televisi tersebut membuat persaingan diantara stasiun televisi menjadi sangat kompetitif.

Kini stasiun televisi menciptakan program-program acara hiburan dan informasi yang semakin bervariasi seperti berita, film, sinetron, *infotainment*, musik, *Talkshow*, *Variety show*, *Reality Show*, dsb. Program siaran yang begitu beragam membuat persaingan program siaran menjadi sangat ketat. Oleh karena itu para pekerja stasiun televisi saling bersaing dalam memproduksi program siaran yang kreatif agar khalayak tertarik dengan tontonan yang disajikan.

Tayangan program acara di televisi memiliki dampak yang sangat luas bagi penonton, hal ini dapat dikatakan bahwa program acara memiliki karakteristik tertentu dalam mempengaruhi atau memprovokasi penontonnya

dalam hal positif atau pun negatif. Hal ini dikarenakan daya rangsang televisi yang sangat tinggi, oleh karena itu para pekerja televisi harus bijak dalam menyajikan program acara yang dibuat . jangan hanya memperhatikan selera pasar tetapi juga wajib menjunjung tinggi idealisme informasi agar bisa menjadi tonotnan yang bermanfaat bagi para penontonnya.

Jenis program acara yang seringkali menghiasi pertelevisian di Indonesia adalah program *Talkshow*. Program *Talkshow* merupakan suatu acara berbincang-bincang yang menyampaikan beberapa informasi, diskusi dengan tema-tema tertentu. Program ini dikemas dalam bentuk sajian yang mengtengahakan pembicaraan seseorang atau lebih mengenai sesuatu yang menarik, sedang hangat dibicarakan masyarakat (Wibowo, 2007: 67).

Hampir disetiap stasiun televisi menayangkan program *Talkshow* . Program *Talkshow* masih menjadi program televisi yang diminati oleh penonton televisi Indonesia. Saat ini *Talkshow* di Indonesia mengalami perkembangan dari masa ke masa, kemasannya pun lebih *variatif*, segar, penuh diskusi dan perdebatan, bahkan interaktif kepada penonton. Hal ini dapat dikatakan bahwa program dalam bentuk *Talkshow* merupakan daya tarik tersendiri untuk khalayak yang menonton. Dengan disajikannya informasi dengan tema-tema yang berbeda diharapkan mampu membuka pandangan berbeda bagi pemirsanya.

Kesuksesan sebuah stasiun televisi dapat dilihat dari populernya suatu program acara . Bagaimana tim kreatif dalam mengembangkan konsep ide serta penyajian acara tersebut demi keberhasilan suatu acara yang bermutu dan berkualitas sehingga dapat menarik perhatian penonton dan dapat menaikkan *rating* program acara tersebut.

Trans7 merupakan stasiun televisi swasta yang dibawah oleh Trans Media yang mempunyai banyak program menarik bagi para pemirsanya. Salah satu program yang menarik yang ditayangkan Trans 7 adalah *Talkshow* Mata Najwa. Mata Najwa adalah *Talkshow* diskusi yang mulanya disiarkan di Metro TV yang mengudara sejak 25 November 2009 dan kini Mata Najwa mengudara di stasiun televisi yang berbeda yaitu Trans 7 . Program yang konsisten membahas isu-isu menarik baik isu politik, ekonomi maupun isu sosial kemasyarakatan lainnya. Dengan kemampuannya menghadirkan sejumlah tamu istimewa untuk berbicara di Mata Najwa

Dari perjalanan panjangnya Program Mata Najwa mengudara sudah berbagai penghargaan yang telah di raih di dalam dan luar negeri, salah satunya Mata Najwa pernah masuk dalam *The 15TH Asian Television Awards* untuk kategori *Best Current Affair Program* dan terpilih sebagai Program *Talkshow* terbaik Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) *Awards* 2013-2014 dan kini Mata Najwa kembali raih penghargaan Indonesia *Choice Award* 2018 yang berhasil menjadi *TV Program of The Years* .

Target sasaran yang dituju juga sangat umum mulai dari usia muda hingga tua, salah satu target penonton Mata Najwa adalah mahasiswa. Mahasiswa

merupakan penonton yang memiliki pandangan kritis terhadap suatu program acara televisi. Mahasiswa cenderung tertarik dengan hal-hal dan informasi yang penting dan berguna bagi mereka. Terlebih lagi penempatan jam tayang yang tepat di waktu *primetime* dimana orang-orang memiliki waktu luang untuk menonton acara televisi.

Program acara televisi tentunya tak lepas dari seorang presenter, pemilihan presenter yang tepat akan memberikan efek yang baik kepada *talkshow* itu sendiri. Dalam diri presenter unsur daya tarik presenter sebagai komunikator sangatlah penting untuk dimiliki, karena informasi disajikan agar dapat diterima oleh khalayak sangat dipengaruhi oleh pengemasan yang dilakukan oleh presenter. (Morissan 2008:367)

Program ini dipandu oleh jurnalis senior yang memiliki karakter cerdas, lugas dan berani serta memiliki kharisma kuat dimata pemirsanya. Gaya bertanya Najwa dalam melontarkan pertanyaan-pertanyaan yang tegas, menusuk, dan kerap sedikit provokatif, mampu menciptakan suasana *show* yang menarik sepanjang durasi penyayangan program. Sehingga acara tersebut bisa menarik minat penonton untuk menyaksikan tayangan ini.

Dikemasnya program acara ini secara berbeda dengan ciri khas tertentu, bertujuan untuk menarik minat penontonnya, dengan disajikannya tema-tema yang dibawakan mengenai persoalan-persoalan yang sedang hangat diperbincangkan dikalangan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. Program ini juga menampilkan adegan perdebatan pendapat diantara para narasumber yang diundang, dan host bebas mengkritik sehingga penonton mampu terbawa suasana emosional dalam acara tersebut.

Dari uraian diatas, tayangan Mata Najwa diharapkan akan mampu menimbulkan suatu stimulus atau rangsangan terhadap khalayak yang menonton acara ini sehingga muncul daya tarik dan minat menonton . Alasan peneliti memilih program acara Mata Najwa untuk diteliti karena program ini mengangkat tema-tema yang menarik dan mampu menghadirkan tokoh-tokoh penting untuk berbicara di Mata Najwa hal tersebut membuat program acara ini berbeda dengan *talkshow* lainnya.

Peneliti memilih mahasiswa FISIPOL Universitas Kristen Indonesia Angkatan 2017 sebagai responden karena Mahasiswa FISIPOL salah satu penonton dari program Mata Najwa, terlebih lagi secara keilmuan mahasiswa FISIPOL dibekali keilmuan dasar politik, sosial dan media, yang memang memahami dan sangat tertarik mengenai isu-isu baik sosial, politik, maupun ekonomi yang sedang berkembang dan selalu berpikir kritis dalam menanggapi muatan persoalan-persoalan yang sedang terjadi. Hal ini sesuai dengan tayangan program Mata Najwa yang memang mengangkat tema bernuansa isu-isu politik, ekonomi maupun isu-isu sosial kemasyarakatan lainnya.

Sehingga penulis ingin melakukan penelitian mengenai **“Daya Tarik Program Mata Najwa di Trans 7 Dan Minat Menonton Mahasiswa FISIPOL Universitas Kristen Indonesia Angkatan 2017”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

“Bagaimana Daya Tarik Program Mata Najwa di Trans 7 Dan Minat Menonton Mahasiswa FISIPOL Universitas Kristen Indonesia Angkatan 2017”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, diantaranya :

1. Untuk mengetahui Daya Tarik Program Mata Najwa di Trans 7
2. Untuk mengetahui Minat menonton mahasiswa FISIPOL Universitas Kristen Indonesia angkatan 2017

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat yang dibedakan kedalam dua kategori, yaitu secara teoritis dan praktis. Dengan penjelasan sebagai berikut :

1.4.1 Secara Teoritis

Secara teoritis, manfaat penelitian ini adalah :

- 1) Diharapkan bermanfaat dan menjadi bahan bacaan bagi yang ingin menambah pengetahuan dalam mengetahui Daya Tarik Program Mata Najwa di Trans 7 Dan Minat Menonton Mahasiswa FISIPOL Universitas Kristen Indonesia Angkatan 2017
- 2) Memperluas wawasan penulis dalam meneliti dan mencari informasi.

1.4.2 Secara Praktis

Secara Praktis, manfaat penelitian ini adalah :

- 1) Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai masukan mengenai penelitian yang tentunya berkaitan dengan Daya Tarik Program Mata Najwa di Trans 7 Dan Minat Menonton Mahasiswa FISIPOL Universitas Kristen Indonesia Angkatan 2017
- 2) Menambah wawasan pemahaman peneliti mengenai apa yang menjadi alasan dan tanggapan pemirsa mengenai program Talkshow Mata Najwa di Trans7