

**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG
TALKSHOW "MATA NADJWA" DI METRO TV
(STUDI PADA MASYARAKAT BAHU KECAMATAN MALALAYANG)**

Oleh:

Alfrini Tekkay

Meity Himpong

Ridwan Paputungan

Email : alfrini.tekkay@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dengan judul persepsi masyarakat tentang Talkshow Mata Nadjwa di metro tv dengan objek penelitian pada masyarakat bahu kecamatan malalayang, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, memanfaatkan informan sebagai sumber data penelitian, dengan landasan teori Agenda Setting dan Media Critical Theory (Teori Media Kritis). Hasil penelitian adalah : Persepsi masyarakat tentang talkshow Mata Najwa oleh masyarakat kelurahan Bahu menimbulkan perpepsi yang positif . Daya tarik dan keaktualan dari talkshow Mata Najwa mampu membentuk pemahaman dari masyarakat akan isi pesan pada setiap episode yang ditayangkan. Kualitas talkshow Mata Najwa yang mampu menjunjung citra Jurnalis serta memberi contoh berdasarkan teori kritik media kepada para pemirsa untuk mengaktualisasikan berfikir kritis dalam kehidupan sehari-hari. Adapun pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan tambahan antara lain: (1) Penayangan "Mata Najwa" yang di siarkan di MetroTV menimbulkan efek dalam bentuk persepsi positif masyarakat kelurahan Bahu. Dalam artian isi pesan pada setiap episode yang hendak disampaikan oleh talkshow Mata Najwa dapat di tangkap dan di pahami oleh masyarakat. (2) Figur yang dihadirkan di Talkshow Mata Najwa tepat sasaran juga sesuai dengan tema pembahasan (3) Ketertarikan masyarakat untuk menyaksikan Mata Najwa tidak lepas dari peran presenter karena tidak dapat dipungkiri bahwa setiap acara yang terkenal sangat banyak dipengaruhi oleh pembawa acaranya.

Kata Kunci : Persepsi Masyarakat, Talkshow, Mata Nadjwa,

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia yang begitu cepat, mempengaruhi perkembangan teknologi. Televisi merupakan salah satu imbas dari perkembangan dunia tersebut. Media televisi sudah demikian besar daya tariknya bagi masyarakat berawal dari kemunculannya sampai sekarang, televisi memang menjadi media yang mampu menyajikan informasi suara dan gambar dengan program tayangan yang disajikan semakin menarik dan bervariasi yang membuat masyarakat lebih aktif untuk memilih tontonan sesuai dengan keinginan. Di era sekarang ini manusia sangat tergantung pada televisi oleh sebab itu stasiun televisi lebih bervariasi dalam memberikan informasi melalui tayangan atau program acara mereka.

Di Indonesia, program televisi dengan tema politik semakin berkembang. Tema-temanya pun sudah semakin berani dan kreatif. Faktanya, sekarang ini program televisi dengan tema politik tak hanya sekedar dialog dengan topik yang normatif, namun sudah berani menggunakan topik yang menggelitik, bervariasi, kreatif dan menghibur. Sejak kehadirannya pada tahun 2000 MetroTV yang merupakan televisi berita pertama di Indonesia hadir dengan berbagai talkshow yang bertema politik. Talkshow atau gelar wicara adalah suatu jenis acara televisi atau radio yang berupa perbincangan atau diskusi seorang atau sekelompok orang 'tamu' tentang suatu topik tertentu atau beragam topik dengan di pandu oleh pemandu wicara. Salah satu talkshow unggulan MetroTV adalah Mata Najwa. Talkshow yang bergendeng Peristiwa Terkini, yang membahas tentang hal-hal yang sedang hangat di masyarakat, di kemas dalam sebuah diskusi wawancara yang berdurasi 60 menit dan ditayangkan setiap hari Rabu pukul 20.00-21.00 WIB.

Talkshow yang dipandu oleh jurnalis senior, Najwa Shihab dalam beberapa kesempatan sering mendatangkan bintang tamu kelas satu dengan topik-topik yang menyangkut isu nasional, pemerintahan dan politik. Sebagian besar tokoh yang tampil dalam acara ini, merupakan tokoh yang populer dan *newsmaker*. Rasa keingintahuan pemirsa terhadap sisi lain kehidupan sang tokoh yang sebelumnya jarang diungkap di media massa lainnya. Hal inilah yang biasanya membuat para pemirsa meninggalkan aktifitasnya sejenak untuk menyaksikan acara tersebut walaupun ada beberapa yang sekedar ingin tahu siapa bintang tamu pada Talkshow Mata Najwa. Berbeda dengan Talkshow lainnya hampir setiap kali bertanya, pembawa acara akan melihat catatan yang sudah disiapkan dan diletakkan di atas meja, Catatan itu tentunya dibuat setelah melakukan riset dan pengamatan yang cukup detil tentang kehidupan sang tokoh. Bahkan ke hal-hal yang sifatnya khusus dan pribadi. Begitu pula dengan pertanyaan-pertanyaan pembawa acara yang spontan dan di luar dugaan sering membuat narasumber berfikir sejenak, tersenyum atau merenung sebelum menjawabnya. Najwa pun mampu berperan sebagai pewawancara yang mewakili apa yang ingin diketahui dan diraskan oleh pemirsa.

Talkshow yang sering menjadi trending topic pada media online Twitter ini memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat yang membuat penulis tertarik meneliti bagaimana persepsi masyarakat yaitu rangkaian proses kognisi atau pengenalan dan afeksi atau aktifitas evaluasi emosional (ketertarikan) masyarakat terhadap suatu objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang di peroleh dengan cara menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan tersebut dengan menggunakan media pendengaran, penglihatan, peraba dan sebagainya. Menurut

teori kultivasi dari Gerbner, televisi menjadi media atau alat utama di mana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur dilingkungannya. Dengan kata lain, persepsi apa yang terbangun di benak pemirsa tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Ini artinya, melalui kontak pemirsa dengan televisi, mereka belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai (nilai sosial) serta adat dan tradisinya. Kaitannya dengan penelitian ini adalah "Persepsi Masyarakat Kelurahan Bahu, kecamatan Malalayang" dapat terbentuk akibat menyaksikan Talkshow Mata Najwa. Ini disebabkan karena apa yang di tangkap atau diterima oleh indera kita, mampu menciptakan satu makna baru, apabila itu terjadi dalam jangka waktu panjang. MetroTV dengan Talkshow Mata Najwa, bila ditayangkan secara terus menerus dan didukung oleh minat dan frekuensi menonton Masyarakat dapat berakibat terbentuknya persepsi Masyarakat Kelurahan Bahu, terhadap Talkshow tersebut.

Bersadarkan uraian di atas penulis mengangkat permasalahan bagaimana persepsi masyarakat tentang Talkshow Mata Najwa di MetroTV yang di lihat dari isi pesan dari setiap tema yang dibahas, apakah maksud dari isi pesan tersebut sampai kemasyarakat juga dapat di pahami oleh masyarakat. Figur yang dihadirkan pada talkshow ini tepat sasaran sesuai dengan pembahasan serta presenter Mata Najwa dalam memandu acara talkshow Mata Najwa apakah memiliki hubungan dengan kesuksesan talkshow tersebut. Untuk mempersingkat waktu dan biaya penulis mengambil lokasi penelitian di kelurahan Bahu, kecamatan Malalayang, disamping itu masyarakat kelurahan Bahu juga rata rata memiliki akses untuk menonton acara Mata Nadjwa tentu ini akan memudahkan penulis dalam melakukan penelitian.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka penelitian ini berusaha menjawab permasalahan sebagai berikut :

"Bagaimana persepsi masyarakat kelurahan Bahu, kecamatan Malalayang tentang program Talk show Mata Najwa di Metro TV ?"

Tujuan Penelitian

Bertitik tolak dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

"Untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat kelurahan, kecamatan Malalayang tentang Talkshow Mata Najwa di Metro TV."

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Secara teoritis
 1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memebrikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu komunikasi, jurnalistik
 2. Di harapkan dapat memperkaya kajian jurnalistik khususnya di bidang ilmu komunikasi massa.
- b. Secara praktis
 1. Memberikan informasi bagaimana Persepsi Masyarakat tentang Talkshow Mata Najwa di Metro TV.
 2. Dapat di gunakan sebagai pemikiran acuan bagi peneliti selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi (dari bahasa Inggris "*communication*"), secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Dalam kata *comunis* ini memiliki makna 'berbagi' atau 'menjadi milik bersama' yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.. Menurut kamus besar bahasa Indonesia KBBI (2011) komunikasi adalah suatu proses penyimpanan informasi (pesan, ide, gagasan) dari suatu pihak ke pihak yang lain. Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dimengerti oleh kedua belah pihak. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tulisan. Sedangkan komunikasi nonverbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi nonverbal ikut terpakai. Karena itu, komunikasi nonverbal bersifat tetap dan selalu ada. (Ngalimun, 2013: 19).

Sosiologi menjelaskan komunikasi sebagai sebuah proses memaknai yang dilakukan oleh seseorang terhadap informasi, sikap, dan perilaku orang lain yang berbentuk pengetahuan, pembicaraan, gerak-gerik, atau sikap, perilaku dan perasaan-perasaan, sehingga seseorang membuat reaksi-reaksi terhadap informasi, sikap dan perilaku tersebut berdasarkan pengalaman yang pernah dia alami. Fenomena komunikasi dipengaruhi pula oleh media yang digunakan, sehingga media kadang kala juga ikut mempengaruhi isi informasi dan penafsiran, bahkan media juga adalah pesan itu sendiri (Berhan Bungin 2013 :57)

Fungsi Komunikasi

Ngilum (2016) membahas mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian. Fungsi-fungsi suatu peristiwa komunikasi tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi dominan.

1. Fungsi Komunikasi Sosial

Kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan. Pembentukan konsep diri, konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita.

2. Fungsi Komunikasi ekspresif

komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

3. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Komunikasi ritual juga sering bersifat ekspresif, menyatakan perasaan terdalam seseorang.

4. Fungsi Komunikasi Instrumen

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur atau persuasif.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa seperti radio, televisi, surat kabar dan lain lain, dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Definisi komunikasi massa menurut Freidson dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat. (Khomsahrial Romli 2016 :3).

Media massa dapat diartikan juga sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi (Burhan Bungin 2012:72). Berikut beberapa fungsi komunikasi massa :

1.Fungsi Pengawasan

Salah satu fungsi komunikasi massa adalah sebagai pengawasan, Karena dengan pengawasan ini akan lebih mempermudah pengontrolan kegiatan-kegiatan sosial yang terjadi didalam masyarakat.

2.Fungsi Social Learning

Melalui media massa ini, diharapkan dapat membantu masyarakat dalam berbagai hal yang bersifat positif, meski tidak bisa dipungkiri ada juga beberapa hal yang bernilai negative dalam media massa. Namun pada dasarnya dengan media massa, masyarakat dapat mendapat pencerahan dari media tersebut

3.Fungsi Pencerahan Informasi

Dengan adanya media massa, masyarakat akan lebih mudah mencari dan mendapat informasi. Karena fungsi utama dari media massa adalah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat yang menyangkut berbagai hal, baik dalam ekonomi, politik, agama, hukum dan budaya.

4.Fungsi Transformasi Budaya

Dalam keterkaitannya dengan budaya, media massa memiliki pengaruh yang sangat besar bagi masyarakat. Karena dari media massa, masyarakat dapat belajar berbagai macam hal. Misal dalam hal kebudayaan, dari siaran atau tayangan televisi, masyarakat dapat belajar tentang budaya yang bersifat tradisional dan modern, yang secara tidak langsung akan mempengaruhi perilaku masyarakat tersebut.

5.Fungsi Hiburan

Fungsi lain dari media massa adalah sebagai hiburan, karena dalam media massa masyarakat akan mendapat hal-hal yang bersifat untuk menghibur, baik dari surat kabar, radio, tayangan televisi dan lain-lain. Misalnya dalam tayangan televisi, masyarakat dapat menikmati hiburan musik, film, sinetron, dan olahraga. Sehingga dengan adanya tayangan-tayangan tersebut masyarakat akan terhibur.

Persepsi

Persepsi (dari bahasa Latin *perceptio, percipio*) adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Persepsi meliputi semua sinyal dalam sistem saraf,

yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ pengindra. Seperti misalnya penglihatan yang merupakan cahaya yang mengenai retina pada mata, pencium yang memakai media molekul bau (aroma), dan pendengaran yang melibatkan gelombang suara. Persepsi bukanlah penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian. Persepsi bergantung pada fungsi kompleks sistem saraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi di luar kesadaran. Persepsi juga merupakan suatu proses yang di dahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimahnya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan. (Branca dalambimo walgito 1993 :88).

Tahap-tahap persepsi

Walgito (1993) menyatakan bahwa persepsi merupakan suatu yang terjadi dalam tahap-tahap berikut :

- Tahap pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, merupakan proses ditangkapnya suatu stimulus oleh alat indera manusia.
- Tahap kedua, merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologis, merupakan proses diteruskannya stimulus yang diterima oleh reseptor (alat indera) melalui saraf-saraf sensorik.
- Tahap ketiga, merupakan tahap yang di kenal dengan nama proses psikologis, merupakan proses timbulnya kesadaran individu tentang stimulus yang diterimareseptor.
- Tahap keempat, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan dan perilaku.

Televisi

Televisi atau television adalah alat penangkap gambar atau penyiaran video secara *broadcast*. Istilah ini berasal dari nahasa Yunani *tele* (jauh) dan *vision* (melihat), jadi secara harafiah berarti "melihat jauh" karena pemirsa berada jauh dari studio TV. Pemirsa bisa menikmati kombinasi antara gambar hidup dengan suara seperti berhadapan langsung dengan objek yang di tayangkan. Artinya, saat pemirsa menikmati acara televisi, sesungguhnya yang tampak adalah gerakan-gerakan gambar yang terangkai dalam suatu pengertian sebagaimana halnya suatu proses komunikasi. Televisi tidak di temukan sebagai sebuah produk jadi oleh seseorang, melainkan melibatkan banyak ahli selama bertahun tahun. Namun, cikal-bakal penemuan ini bermula pada hukum gelombang lektromagnetik yang di temukan oleh Joseph Henry dan Michael Farady (1831) yang merupakan awal dari era komunikasi elektronik. Penemuan televisi berdampak hebat bagi percepatan perubahan peradaban Dunia. Sebagai media informasi, televisi memiliki kekuatan yang ampu untuk menyampaikan pesan karena media ini dapat menghadirkan pengalaman yang solah-olah dialami sendiri dengan jangkauan yang luas dalam waktu bersamaan.

Fungsi Televisi

Seperti halnya media massa lain, televisi mempunyai tiga fungsi pokok berikut (Herdiyan Maulana *Gumgun Gumelar 2013) :

1. Fungsi informasi

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai sarana informasi televisi adalah media yang sangat dekat dengan masyarakat dan sangat mudah dijangkau, sehingga memudahkan siapa saja untuk memperoleh informasi yang sedang terjadi dan menjadi pusat perhatian dunia

2. Fungsi pendidikan

Tidak hanya informatif televisi juga berfungsi sebagai sarana pendidikan acara-acara yang berisi informasi yang mendidik tidak jarang di tayangkan di dunia perlevisian tentu ini sangat memudahkan untuk memberi pendidikan kepada masyarakat luas

3. Fungsi hiburan

Karena televisi adalah media audio visual tentu kita bisa menyaksikan gambar dan suara yang nyata, untuk acara-acara tertentu ini bisa dimanfaatkan sebagai hiburan bagi komunikasi.

Program Siaran Televisi

Program siaran televisi merupakan acara-acara yang disiapkan dan disiarkan oleh televisi. Secara garis besar, program TV dibagi menjadi program berita dan program nonberita. Karena televisi media program yang bersifat audio visual, maka diharapkan televisi bisa memberikan program siaran yang berbeda kepada khalayak agar pesan yang disampaikan dapat mudah dimengerti dan dipahami sehingga dari alasan itu media televisi memberikan kepada khalayak yang disebut *stimulated experience* yang berisikan hal berikut :

- Melihat sesuatu yang belum pernah dilihat sebelumnya.
- Berjumpa dengan seseorang yang sebelumnya belum pernah dijumpai.
- Datang ke suatu tempat yang belum pernah di kunjungi

Program siaran yang disiarkan televisi akan memberikan sugesti kepada khalayak di dalam kehidupan sehari-harinya sehingga akan menimbulkan dampak tertentu. Dengan hal ini maka akan memberikan berbagai perbendaharaan pengetahuan kepada khalayak dan pengetahuan yang dapat akan memberikan kesan yang mendalam dan dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari. (Khomsahrial Romli 2016 : 94).

Jenis-jenis Siaran Televisi

Jenis program televisi dapat dibedakan berdasarkan format teknis atau berdasarkan isi. Format teknis merupakan format umum yang menjadi acuan terhadap program televisi seperti Talkshow, dokumenter, film, kuis, musik, instruksi dan sebagainya. Berdasarkan isi, program televisi berbentuk berita dapat dibedakan antara lain berupa program hiburan, drama, olahraga, dan agama. Sedangkan untuk program televisi berbentuk berita secara garis besar dikategorikan ke dalam *hard news* atau berita-berita mengenai peristiwa penting yang baru saja terjadi dan harus segera disiarkan, secara *soft news* yang mengangkat berita bersifat ringan yang juga merupakan kombinasi dari fakta, gosip, dan opini. Selain pembagian jenis program berdasarkan skema diatas, terdapat pula pembagian berdasarkan apakah suatu program ini bersifat faktual atau fiktif. Program faktual antara lain meliputi : program berita, dokumenter, atau *reality show* . Sementara, program yang bersifat fiktif antara lain program drama atau komedi. Pengaturan penayangan program televisi di sebuah stasiun televisi biasanya penayangan

program televisi disebut siaran atau bagian perencanaan siaran. (Khomsahrial Romli 2016 : 95).

Talkshow Mata Najwa

Mata Najwa adalah program talkshow unggulan MetroTV yang ditayangkan setiap Rabu pukul 20:00 hingga 21.30 WIB. Disiarkan perdana sejak 25 nopember 2009. Mata najwa konsisten menghadirkan topik-topik menarik dengan narasumber kelas satu. Sejumlah tamu istimewa telah hadir dan berbicara di Mata Najwa, diantaranya presiden RI ke-3, Bacharuddin Jusuf Habibie (episode: Habibie Hari ini), presiden RI ke-5 Megawati Soekarnoputri (episode: apa kata Mega?), mantan Presiden Jusuf Kalla (episode: pemimpin Bernyali), Gubernur DKI Jakarta serta Presiden Indonesia, Joko Widodo (episode: Laga Ibukota). Mata najwa juga pernah menghadirkan gambaran eksklusif di dalam sel tahanan Lapas Sukamiskin dan Rutan Cipinang dalam episode "Penjara Istimewa". di tayangan tersebut, Najwa ikut melakukan inspeksi mendadak dan berbincang langsung dengan terpidana kasus korupsi,.. (www.metrotvnews.com)

Talkshow yang di pandu oleh Najwa Shihab atau yang akrab disapa Nana jurnalis senior kelahiran Makassar september 1977 yang juga manatan pembawa acara beberapa berita dan Talkshow di MetroTV. Sepak terjalnya mulai mendapat simpati pemirs sejak tahun 2004 saat terjadi peristiwa Tsunami Aceh jutaan pemirsa Indonesia terharu biru oleh kesungguhan dan penghayatan Najwa yang selama berhari-hari melaporkan bencana langsung dari tempat kejadian. Konsisten Najwa pada profesinya teruji melalui berbagai peristiwa penting yang dilaporkannya sebagai jurnalis sejati. Kini dengan gayanya yang kritis, ia semakin mengukuhkan dirinya dalam jajaran news anchor Indonesia melalui program Mata Najwa (how to be a news anchor 2011: 19).

TEORI AGENDA SETTING

Teori Agenda setting atau teori penentu agenda adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang di anggap penting oleh media massa. Agenda Setting di perkenalkan oleh McCombs dan DL Shaw dalam Public Quarterly tahun 1972. Asumsi dasar teori agenda setting adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan memengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Jadi, apa yang dianggap penting bagi media, maka penting juga bagi masyarakat. Oleh karena itu, apabila media massa memberi perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum. Asumsi ini berasal dari asumsi lain bahwa media massa memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi ini berkaitan dengan proses belajar dan bukan perubahan sikap dan pendapat. Agenda setting menganggap bahwa masyarakat akan belajar mengenai isu-isu apa, dan bagaimana isu-isu tersebut disusun berdasarkan tingkat kepentingannya. Misalnya, dalam merefleksikan apa yang dikatakan oleh para kandidat dalam suatu kampanye pemilu, media massa terlihat menentukan mana topik yang penting. Dengan kata lain, media massa menetapkan 'agenda' kampanye tersebut dan kemampuan untuk

mempengaruhi perubahan kognitif individu ini merupakan aspek terpenting dari kekuatan komunikasi massa (Efendi dalam Burhan Bungin 2006: 286)

MEDIA CRITICAL THEORY (TEORI MEDIA KRITIS)

Teori ini berakar dari aliran ilmu-ilmu kritis yang bersumber pada ilmu sosial Marxis. Beberapa tokoh pelopornya antara lain; Karl Marx, Engels, Guevara, Regis Debay, T Adimoto, Horkheimer, Marcuse, Habermas, Altrusser, John Galtung, Cardoso, Dos Santos, Paul Baran Samir Amin, Hamza Alavi (pemikiran moderen). Teori kritis membangun pernyataan dan menyediakan alternatif jalan untuk menginterpretasikan hukum sosial media massa. Teori kritis sering menganalisis secara khusus lembaga sosial, penyelidikan luas untuk yang dinilai objektif adalah mencari dan mencapai. Media massa dan budaya massa telah mempromosikan banyak hal yang ikut menjadi sasaran teori kritis. Bahkan ketika media massa tidak melihat sebagai sumber masalah khusus, mereka dikritik untuk memperburuk atau melindungi masalah dari yang diidentifikasi atau disebut dan dipecahkan. Bisa dikatakan bahwa teori media kritis ini sebisa mungkin mendorong perubahan secara terus-menerus.

Menurut perspektif teori ini, media tidak boleh hanya memberitakan fakta atau kejadian yang justru memperkuat *status quo*. Media harus terus mengkritisi setiap ketidakadilan yang ada disekitarnya. Hal ini juga berarti, media tidak boleh tuduk pada pemilik modal yang kadang ikut menghegemoni isi medianya. Kaitanya dengan penelitian ini, dimana penulis membahas tentang Talkshow Mata Najwa yang pada penayangannya selalu menghadirkan wawancara kritis, dan pada akhir acara Mata Najwa hadir dengan ciri khas Catatan Najwa yang merupakan komentar atau persepektif dari Najwa terhadap topik yang diangkat. Segmen ini muncul dalam bentuk narasi yang diujarkan disertai *running text*. Suatu hal yang gampang diingat dan ditulis dengan kepekaan bahasa untuk juga enak di dengar. Teori media kritis berangkat dari cara melihat realitas dengan mengasumsikan bahwa selalu saja ada struktur sosial yang tidak adil. Teori media kritis berhubungan dengan berbagai topik yang relevan, termasuk bahasa, struktur organisasi, hubungan interpersonal, dan media. Komunikasi itu sendiri menurut perspektif kritis merupakan suatu hasil dari tekanan (tension) antara kreativitas individu dalam memberi kerangka pada pesan dan kendala-kendala sosial terhadap kreativitas tersebut.

Dalam hubungannya dengan penelitian komunikasi, aliran kritis memiliki beberapa karakteristik, antara lain:

1. Aliran Kritis lebih menekankan pada unsur-unsur filosofis komunikasi. Pertanyaan-pertanyaan yang sering dikemukakan oleh kaum kritis adalah siapa yang mengontrol arus komunikasi? siapa yang diuntungkan oleh arus dan struktur komunikasi yang ada?, ideologi apa yang ada dibalik media?.
2. Aliran Kritis melihat struktur sosial sebagai konteks yang sangat menentukan realitas, proses, dan dinamika komunikasi manusia. Bagi aliran ini, suatu penelitian komunikasi manusia, khususnya komunikasi massa yang mengabaikan struktur sosial sebagai variabel berpengaruh, dikatakan bahwa penelitian tersebut a-historis dan a-kritis.
3. Aliran Kritis lebih memusatkan perhatiannya pada siapa yang mengendalikan komunikasi. Aliran ini beranggapan bahwa komunikasi hanya dimanfaatkan oleh

kelas yang berkuasa, baik untuk mempertahankan kekuasaannya maupun untuk merepresif pihak-pihak yang menentangnya.

4. Aliran Kritis sangat yakin dengan anggapan bahwa teori komunikasi manusia, khususnya teori-teori komunikasi massa, tidak mungkin akan dapat menjelaskan realitas secara utuh dan kritis apabila ia mengabaikan teori-teori tentang masyarakat. Oleh karena itu, teori komunikasi massa harus selalu berdampingan dengan teori-teori sosial (Akhmad Zaini Abar, 1999:54).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Persepsi masyarakat tentang Talkshow Mata Najwa di MetroTV . Maka untuk menjawab tujuan tersebut metode yang akan digunakan adalah metode Kualitatif yaitu, suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari subyek itu sendiri.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan di laksanakan di Kelurahan bahuKecamatan Malalayang, Manado, Sulawesi Utara. Adapun waktu yang diprediksi sebagai proses penelitian yaituh selama 2 bulanl (april-mei 2017.)

Informan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *purposive sampling* atau dengan sengaja penulis memili informan. Cara memproleh informan dengan tehnik ini yaituh penulis memilih informan yang paham tentang objek penelitian dan dapat membantu penulis selama penelitian berlangsung, sekaligus beberapa informan yang diwawancarai, kemudian dapat menunjukkan informan lain yang lebih paham dan di wawancarai untuk melengkapi informasi.

penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara dengan menentukan target informan masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar kelurahan Bahu, Malalayang dari lingkungan 1 sampai lingkungan 9 yang pernah menonton Talkshow Mata Najwa, dengan informan kunci yaituh kepala lingkungan yang bersangkutan.

Fokus Penelitian

Penelitian ini membahas tentang persepsi masyarakat tentang Talkshow Mata Najwa yang memberi fokus pada :

- Isi Pesan (topik-topik pada peayanagan) Talkshow Mata Najwa
- Figur dari Talkshow Mata Najwa
- Presenter dari Talkshow Mata Najwa

Jenis dan Sumber Data

Untuk mensuksekan penelitian in dibutuhkan beberapa jenis data dan sumbernya sebagai berikut:

1. Data Primer, yaituh data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, dengan cara:
 - a. **Wawancara** adalah pengumpulan data yang menggunakan tanya jawab dengan pihak yang berkompeten dalam penelitian ini.
 - b. **Observasi** adalah pengumpulan data dengan mengamati/ survey lapangan.

2. Data sekunder, yaitu pengumpulan data yang bersumber dari instansi dan merupakan data dasar atau data olahan dari instansi terkait.

Teknik Analisa Data

Menurut Miles dan Huberman, terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul.

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data.

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Peran televisi sebagai media massa menjadi sangat penting yang tumbuh dalam masyarakat moderen. Aktifitas media televisi dalam melaporkan informasi atau peristiwa politik yang seringkali memberi dampak yang signifikan bagi perkembangan politik. Media tidak saja menjadi sumber informasi bagi masyarakat, namun juga bisa menjadi faktor pendorong terjadinya perubahan politik. Pertautan media massa dengan perubahan politik ini tidak terlepas dari peran penting media massa dalam komunikasi politik, terutama dalam fungsi pengembangan opini dan pembentukan wacana publik (Sutarso, 2012). Televisi secara langsung ataupun tidak langsung telah membawa pengaruh dalam masyarakat karena memiliki peran dalam pengembangan wawasan, membentuk pola pikir, pendapat umum, selain itu juga bisa menimbulkan persepsi yang berbeda.

Persepsi individu dimulai dari adanya perhatian atau atensi. Perhatian adalah syarat psikologi dalam individu mengadakan persepsi, yang merupakan langkah persiapan, yaitu kesediaan individu untuk mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemutusan atau konsentrasi dari seluruh aktifitas individu yang ditujukan kepada suatu objek atau sekumpulan objek (Walgito, 2003:98). Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain: gerakan, intensitas stimuli, kebaruan, dan perulangan.

Stimuli ini dialami juga oleh informan yang tertarik setelah mereka melihat sekilas talkshow Mata Najwa. Setelah tiap informan menerima atensi (stimuli awal) tentang talkshow Mata Najwa, selanjutnya terjadi proses seleksi. Seleksi yang

dimaksud adalah proses penyeleksian pesan, dimana individu akan memilah mana pesan yang dianggap penting dan tidak penting. Proses seleksi ini memunculkan alasan dari informan untuk menonton tayangan Mata Najwa. Mereka menganggap bahwa Mata Najwa merupakan tontonan yang penting untuk mereka sehingga mereka memutuskan untuk menontonnya.

pada penelitian ini telah ditemukan banyak indikasi terhadap pembentukan persepsi oleh masyarakat kelurahan Bahu dalam menyaksikan talkshow Mata Najwa. Menurut masyarakat kelurahan Bahu, Talkshow Mata Najwa adalah talkshow yang menarik, berkualitas dan menghibur.

Dari pendapat masyarakat tersebut dapat disimpulkan bahwa talkshow Mata Najwa berdampak positif dan menghasilkan persepsi baik pada masyarakat akan tayangan yang ditayangkan oleh talkshow Mata Najwa. Hal ini juga diperkuat oleh pendapat informan yang mengatakan bahwa Mata Najwa hampir memenuhi beberapa fungsi media yakni informatif edukatif dan menghibur. Dikatakan informatif karena setelah menyaksikan tayangan Mata Najwa masyarakat mendapat informasi terkait pembahasan pada talkshow Mata Najwa sebagai contoh menurut salah satu informan setelah ia menyaksikan salah satu episode favoritnya yakni Kita KPK ia mendapat informasi tentang bagaimana sistem jaminan keamanan pada lembaga tersebut, juga pada informan yang mendapat pengetahuan baru untuk menamba wawasan terkait kinerja Gubernur DKI Jakarta dalam menciptakan sistem kartu pintar yang di peroleh masyarakat DKI seperti kartu potongan biaya kesehatan, pendidikan dan transportasi hal ini kemudian berdampak bagi perekonomian warga DKI.

Tidak hanya itu selain dua fungsi media di atas informan yang juga merasa terhibur dengan episode-episode yang menghadirkan komedian ternama Indonesia salah satunya komedian Sule pada pembahasan Politik Jenaka, pada episode ini Mata Najwa membahas isu-isu politik di kemas dalam sentuhan komedi tentu diskusi seperti ini sangat jarang di tayangkan di talkshow lain.

Berdasarkan hasil penelitian, Selain dari tema dan figur pada talkshow Mata Najwa ada beberapa informan yang tertarik untuk menyaksikan talkshow ini beralasan adanya peran seorang presenter dalam Talkshow Mata Najwa. Najwa Shihab sebagai jurnalis senior di Indonesia juga menjadi daya tarik dari Mata Najwa. Karena itu, tidak jarang bahwa untuk mendapatkan perhatian dari pemirsa, stasiun televisi mempekerjakan presenter senior yang sudah memiliki nama besar di media massa. Presenter ini nantinya akan mendramatisasi fakta untuk menarik minat dari pemirsa sehingga dapat mendongkrak rating program acara dan stasiun televisi. Hal ini juga dapat di lihat dari pendapat beberapa informan yang menilai bahwa peran seorang Najwa Shihab sangat penting dalam talkshow Mata Najwa di samping parasnya yang menraik, Najwa juga memiliki wawasan yang luas,serta sangat kritis dalam menyakan pertanyaan kepada nara sumber. Najwa Shihab juga memiliki kemampuan persuasif yang baik.

Selanjutnya ketertarikan masyarakat kelurahan Bahu terhadap talkshow Mata Najwa disebabkan pula oleh topik, berdasarkan hasil penelitian, menurut masyarakat kelurahan Bahu topik pada talkshow Mata Najwa menarik, isi pesannya mudah untuk dipahami hal ini bisa di perkuat oleh hadirnya segman Catatan Najwa

pada akhir acara yang merupakan kesimpulan perspektif dari tuan rumah Mata Najwa.

Namun, Topik yang menarik bisa saja berbeda untuk sebagian orang, salah satu contohnya topik favorit dari informan AW yakni Babak Final Pilkada Jakarta, AW berpendapat bahwa pada episode ini Mata Najwa sangat pantas mendapat apresiasi karena Mata Najwa mampu mengadakan debat dengan konsep sendiri dalam artian berbeda dengan stasiun TV yang menyiarkan debat seragam dengan bekerja sama dengan KPU, episode ini sekaligus menjawab masukan dari masyarakat yang menginginkan agar Najwa Shihab memandu acara debat pada saat itu. Dari pernyataan AW diatas, tersirat bahwa AW menganggap bahwa Najwa Shihab sangat berani dan berbedah untuk mengambil tema tersebut. Sebagai produser dari acara Mata Najwa, Najwa Shihab memang memiliki peran dalam menentukan tema yang akan dibahas dan narasumber yang akan diundang. Dari sini, terbentuk respon positif dari masyarakat terhadap Mata Najwa dan Najwa Shihab.

Hal lain yang menjadi daya tarik dari Mata Najwa adalah bahwa acara ini didesain khusus untuk mengangkat isu sosial dan politik yang terjadi di Indonesia. Dengan topik bahasan yang spesifik, target segmented yang disasar pun jelas. Target segmented ini diperlukan untuk menentukan sasaran audience yang hendak dicapai. Menurut Wibowo (2007 : 83), memilih narasumber untuk program bincang-bincang di televisi harus memenuhi 3 (tiga) syarat. Pertama, dia adalah public figure atau panutan masyarakat. Kedua, salah satu tokoh yang paling ahli atau dianggap menguasai bidang atau permasalahan yang akan dibahas. Ketiga, tokoh yang kontroversi, kritis, dan vokal. Pembicaraan akan menjadi menarik dan penuh tantangan lewat tokoh-tokoh semacam itu. Untuk memenuhi syarat sebagai narasumber yang baik, terdapat beberapa hal yang perlu dipahami. Narasumber yang juga dapat disebut sebagai komunikator harus dapat menyusun dengan baik isi pesan yang akan disampaikan, sehingga pesan tersebut bisa dimengerti oleh pihak penerima. Komunikator yang baik juga harus mengetahui mana media yang paling tepat untuk mengirimkan pesan kepada penerima dan harus tau bagaimana mengantisipasi gangguan yang akan muncul pada proses pengiriman pesan. Selain itu, komunikator yang baik bertanggung jawab memberikan tanggapan terhadap umpan balik (*feedback*) yang disampaikan oleh pihak penerima. Peranan utama komunikator adalah untuk menciptakan suasana yang baik dalam proses komunikasi tersebut

Faktor-faktor tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan informan sebagai penerima informasi tentang narasumber yang seharusnya dihadirkan dalam talkshow Mata Najwa. Narasumber harus memenuhi syarat reabilitas, akuntabilitas, dan dapat-tidaknya dikutip.

Selama talkshow Mata Najwa berlangsung, biasanya dalam tiap episode mereka menghadirkan 3-5 orang narasumber. Dalam konteks jurnalisme, dasar pemilihan narasumber untuk liputan apa pun adalah kompetensi. Menurut informan dari hasil penelitian, selama ini talkshow Mata Najwa telah menghadirkan narasumber yang kompeten dan sesuai dengan tema yang dibahas. Pemilihan narasumber yang tepat bisa dilihat dari narasumber yang pernah hadir dalam talkshow Mata Najwa, seperti dalam episode Mendadak Capres yang tayang pada

28 November 2012. Dalam episode Mendadak Capres yang membahas tentang peta politik di Pemilihan Presiden 2014, narasumber yang dihadirkan adalah Rhoma Irama, Kuskridho Ambardi (Direktur Eksekutif LSI), dan Fadli Zon.

Narasumber-narasumber yang tepat dapat menghadirkan diskusi yang berbobot karena semua narasumber saling berkaitan dengan topik yang dibahas. Dalam proses komunikasi, seorang narasumber sebagai komunikator akan sukses apabila berhasil menunjukkan *source credibility*, artinya menjadi sumber kepercayaan bagi komunikan. Kepercayaan komunikan kepada komunikator ditentukan oleh keahlian komunikator dalam bidang tugas pekerjaannya dan dapat tidaknya narasumber tersebut dipercaya.

Kepercayaan kepada komunikator mencerminkan bahwa pesan yang disampaikan kepada komunikan dianggap benar dan sesuai dengan kenyataan empiris. Untuk mendapatkan hasil wawancara yang berimbang dan talkshow yang menarik, presenter sebagai pewawancara harus menjalankan prinsip *cover both sides* (meliput dua sisi). Karena itu, narasumber yang dihadirkan adalah pihak yang bertentangan. Pemilihan narasumber yang menarik menurut informan SS dapat kita lihat dalam episode yang mendatangkan Menteri kelautan dan perikanan Susi Pujiastuti di mana pada kesempatannya Najwa mengkonfirmasi beberapa parodi tentang dirinya yang viral di masyarakat yakni kata "teggelamkan" hal ini sangat menghibur dan menarik bagi informan. Hal berlawanan di sampaikan oleh iforman Y yang berpendapat bahwa dari talkshow Mata Najwa selain kita bisa menilai langsung figur yang berkompeten di talkshow ini juga pemirsa bisa menilai mana figur yang tidak berkompeten. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa alasan, yaitu cemas, merasa akan dipermalukan, dan perlindungan terhadap pihak-pihak tertentu. Mungkin juga mereka merasa terancam apa bila nantinya komentar tersebut akan dikaitkan dengan pihak lain.

Dari hasil penelitian tidak ada hambatan yang serius bagi masyarakat kelurahan Bahu dalam menyaksikan talkshow Mata Najwa atau dalam proses penayangan walaupun ada hambatan eksternal,informan dapat mengatasinya dengan menonton kembali tayangan ulang di hari minggu siang, atau menontonnya kembali melalui media sosial youtube.

Teori Penentuan Agenda (*Agenda Setting Theory*) adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Khalayak bukan saja belajar tentang isu-isu masyarakat dan hal-hal lain melalui media, mereka juga belajar sejauh mana pentingnya suatu isu atau topik dari penegasan yang diberikan oleh media massa.

Merujuk pada teori agenda setting, penelitian ini, menunjukkan bahwa dampak agenda setting terjadi secara kuat di masyarakat kelurahan Bahu. Selain tingkat pendidikan, kredibilitas juga menentukan tingkat pengaruh media dalam agenda setting. Mengingat bahwa agenda setting berada pada domain dengan asumsi *powerful media effect*, maka sebenarnya efek media terhadap khalayak memang besar. Hanya saja tidak mesti selalu demikian. Ada faktor-faktor yang mengekskalasi tingkat kekuatan pengaruh dalam teori agenda setting. Di antaranya

adalah tingkat *need for orientation* yang ada pada khalayak, tingkat pendidikan serta tingkat kredibilitas media yang melakukan pengaturan atau *setting* terhadap agenda tertentu. Teori agenda *setting* merupakan teori penciptaan kesadaran publik dan pemilihan isu - isu mana yang dianggap penting melalui sebuah tayangan berita. Ada dua asumsi yang mendasari teori agenda *setting* yaitu:

1. Media tidak mencerminkan realitas yang sebenarnya, melainkan mereka membentuk dan mengkonstruksi realitas tersebut.
2. Media menyediakan sejumlah isu dan memberikan penekanan lebih kepada isu tersebut yang kemudian memberikan kesempatan kepada publik menentukan isu mana yang lebih penting dibandingkan isu lainnya.

Media Critical Theory (Teori Media Kritis)

Teori kritis memungkinkan kita membaca produksi budaya dan komunikasi dalam perspektif yang luas dan beragam. Ia bertujuan untuk melakukan eksplorasi reflektif terhadap pengalaman yang kita alami dan cara kita mendefinisikan diri sendiri, budaya kita, dan dunia. Saat ini teori kritis menjadi salah satu alat epistemologis yang dibutuhkan dalam studi humaniora. Hal ini didorong oleh kesadaran bahwa makna bukanlah sesuatu yang alamiah dan langsung. Bahasa bukanlah media transparan yang dapat menyampaikan ide-ide tanpa distorsi, sebaliknya ia adalah seperangkat kesepakatan yang berpengaruh dan menentukan jenis-jenis ide dan pengalaman manusia. Dengan berusaha memahami proses dimana teks, objek, dan manusia diasosiasikan dengan makna-makna tertentu, teori kritis memertanyakan legitimasi anggapan umum tentang pengalaman, pengetahuan, dan kebenaran. Dalam usahanya, teori kritis menggunakan ide-ide dari bidang lain untuk memahami pola-pola dimana teks dan cara baca berinteraksi dengan dunia. Karenanya, salah satu ciri khas teori kritis adalah pembacaan kritis dari berbagai segi dan luas. Tujuannya tak lain untuk pencerahan, emansipasi manusia, agar para pelaku sosial menyadari adanya pemaksaan tersembunyi, atau hegemoni. Teori kritis secara terbuka menekankan perlunya evaluasi dan kritik terhadap *status quo*. Teori kritis membangun pertanyaan dan menyediakan alternatif jalan untuk menginterpretasikan hukum sosial media massa. Dalam penerapannya talkshow Mata Najwa, mengajak pemirsanya untuk berpikir kritis atas segala hal yang terjadi. Hal ini bisa dibuktikan pada episode pemilihan Gubernur DKI Jakarta di mana beberapa informan mengatakan dalam episode ini masyarakat terutama warga DKI Jakarta dapat menilai sendiri pemimpin mereka melalui debat atau diskusi yang memang beberapa kali di hadirkan di Mata Najwa dengan. Talkshow Mata Najwa memberikan informasi kepada pemirsa tentang visi dan misi para calon Gubernur mengenai perkembangan Jakarta. Hal ini tentunya memberikan dampak yang sangat besar, terutama bagi mereka yang hendak melangsungkan pemilihan juga pelajaran bagi masyarakat umum. Namun tidak hanya sampai di penyebaran informasi tentang visi dan misi, Mata Najwa juga mengkonfirmasi beberapa rencana yang menjadi pertanyaan publik. Serta biasanya, dalam setiap penayangan berkaitan dengan calon Gubernur ini sering menjadi *Tranding topic* pada media sosial. Hal ini bisa di buktikan mulai penonton di youtube dan banyaknya parodi-parodi mengenai hal tersebut. Hal itu tentunya tak lepas dari peran media dalam mempengaruhi persepsi masyarakat.

Berikut adalah beberapa harapan informan untuk Talkshow Mata Najwa dan talkshow lainnya :

inisial SS (22 tahun) "apa yang telah Mata Najwa capai sekarang, di pertahankan karena yang informan ketahui Mata Najwa pernah mendapat beberapa penghargaan dari ajang ajang penghargaan dan itu patut di apresiasi." Informan AW (24 tahun) "berharap akan muncul talkshow yang mampu bersaing dari segi kualitas bukan sekedar rating." Informan inisial YH (32) "berharap agar Mata Najwa mampu berinovasi dalam membangun penonton yang cerdas dan untuk talkshow lain mari membuka diri untuk perubahan, karena sesuatu jika tidak ada perubahan susah untuk maju." Informan inisial YT (26) "berharap agar Mata Najwa lebih fokus lagi mengawasi masalah-masalah yang terjadi di Indonesia." Informan inisial NHT (22 tahun) "Ke depannya Mata Najwa lebih kritis dan semakin maju, informan juga menambahkan untuk talkshow lain, informan berpesan jangan terlalu pro ke pemerintah, jangan mengabaikan isi hati masyarakat karena seharusnya media itu netral." Informan Y (24 tahun) "Untuk Mata Najwa tetap semangat dan untuk Talkshow Indonesia informan memberi masukan bahwa banyak hal yang harus disampaikan secara terbuka, talkshow Indonesia juga harus bersifat profesional, berani menampilkan fakta tanpa setingan, harus mempunyai manfaat bagi masyarakat yang membangun, jangan hanya menjadi hiburan yang tak bermanfaat." Informan SPM (22 tahun) "untuk talkshow di Indonesia pentingkan permasalahan yang benar-benar masalah bukan rating, agar tidak terkesan sebagai hiburan semata tapi juga memiliki manfaat bagi semua kalangan."

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat tentang talkshow Mata Najwa oleh masyarakat kelurahan Bahu menimbulkan persepsi yang positif. Daya tarik dan keaktualan dari talkshow Mata Najwa mampu membentuk pemahaman dari masyarakat akan isi pesan pada setiap episode yang ditayangkan. Kualitas talkshow Mata Najwa yang mampu menjunjung citra Jurnalis serta memberi contoh berdasarkan teori kritik media kepada para pemirsa untuk mengaktualisasikan berfikir kritis dalam kehidupan sehari-hari. Adapun pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan tambahan antara lain:

1. Penayangan "Mata Najwa" yang di siarkan di MetroTV menimbulkan efek dalam bentuk persepsi positif masyarakat kelurahan Bahu. Dalam artian isi pesan pada setiap episode yang hendak disampaikan oleh talkshow Mata Najwa dapat di tangkap dan di pahami oleh masyarakat.
2. Figur yang dihadirkan di Talkshow Mata Najwa tepat sasaran juga sesuai dengan tema pembahasan
3. Ketertarikan masyarakat untuk menyaksikan Mata Najwa tidak lepas dari peran presenter karena tidak dapat dipungkiri bahwa setiap acara yang terkenal sangat banyak dipengaruhi oleh pembawa acaranya.

SARAN

Dari uraian yang dikemukakan dan fakta yang ditemukan. Maka saran-saran penulis sebagai berikut :

1. Kiranya talkshow Mata Najwa dapat mempertahankan eksistensinya di masyarakat dengan memberikan inovasi kreatif.
2. Sebaiknya talkshow Mata Najwa lebih aktual dalam menyajikan informasi-informasi dengan menghadirkan figur yang inspiratif dan profesional dalam bidangnya sesuai dengan pembahasan.
3. Kiranya Najwa Shihab dapat memberikan penampilan atau *performance* yang berbeda dari acara talkshow lainnya disetiap episodenya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abar, Akhmad Zaini. 1999. *Menulis untuk Media Massa*. Yogyakarta: Kanisius
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Cangara, H. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Gerungan, W. (2010). *Psikologi Umum*. Bandung: Refika Aditama.
- Gumelar, H. M. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Larasati, G. U. (2011). *How to be a news anchor*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ngalimun. (2016). *Ilmu Komunikasi sebuah pengantar praktis*. Jogjakarta: PT Pustaka Baru Pressz.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Pt Grasindo.
- Walgito, B. (2003). *Pengantar Psikologi umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: PINUS.
- Widjaja. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT Rineka Cipta

sumber lain :

- (www.wikipedia.com)
(www.metrotvnews.com)
(www.Kompasiana.com)