

Original Article^{*)}

**Persepsi Penonton Studio Program Acara “Ini Talkshow”
Edisi Sumpah Pemuda (Studi Kasus Di Net Tv)**
*(Studio Audience Perception of the 'Ini Talkshow'
Program – Youth Pledge Day Edition (A Case Study at Net TV))*

Dea Amarullah Jaya^{1*}, Veronika Setyadji²

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia Maju, Indonesia

*Email correspondent: dea.amarullahjaya@gmail.com

Abstract

Introduction: Perception plays a vital role in the communication process as it involves the reception and interpretation of messages by the audience. Television programs, especially those aired during prime time, often stimulate various audience perceptions, making them important subjects for study. The "Ini Talkshow" program, particularly the Youth Pledge Day edition in 2016 broadcast on Net TV, serves as the focus of this study to explore how studio audiences perceive such televised content.

Methods: This research employed a qualitative descriptive approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews with key informants, including the Senior Assistant Producer and studio audience members of the program. Primary data were obtained through these interviews, while secondary data were gathered from books, articles, and internet sources.

Results: The study revealed that audience perception of the "Ini Talkshow" Youth Pledge edition varies depending on individual sensations, attention levels, and responses. These findings are analyzed using the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) model and Individual Differences Theory. Despite differences, the show was generally perceived as an engaging and informative program that fulfilled both entertainment and educational needs.

Discussion: The results suggest that audience perception is shaped by internal and external stimuli delivered through the broadcast. The ability of a program to evoke attention and cognitive response determines its impact. Programs like "Ini Talkshow" succeed when they resonate with the audience's values and expectations, thereby altering or reinforcing perceptions and knowledge.

Keywords: audience, communication, entertainment, perception, television

Artikel

Disubmit (Received) : 23 Maret 2024

Diterima (Accepted) : 27 Maret 2024

Diterbitkan (Published) : 30 April 2024

Copyright: © 2024 by the authors. License DPOAJ, Jakarta, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Pendahuluan

Media Massa merupakan alat-alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Media memberikan informasi secara cepat dan aktual. Dalam menciptakan sebuah informasi yang cepat dan aktual dibutuhkan teknologi yang membagi media menjadi beberapa jenis, yaitu media cetak dan media elektronik. Media yang saat ini lebih sering digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Media elektronik (Radio dan Televisi). Seiring perkembangan zaman media televisi mengalahkan media radio dikarenakan media televisi mampu menyajikan pesan dalam bentuk suara, gerak pandangan, dan warna secara bersamaan, sehingga mampu menstimulus indera pendengaran dan penglihatan.¹ Jelang akhir tahun 2012, *Broadcasting Board of Governors* sebuah badan yang menaungi lembaga-lembaga penyiaran internasional milik Amerika dan perusahaan riset Gallup membuat riset yang dilakukan secara nasional di bulan Juli – Agustus 2012 pada 3000 penduduk Indonesia usia 15 tahun keatas, ditemukan bahwa penonton mempersepsikan bahwa media adalah pusat informasi dan perkembangan jaman sehingga media televisi mempunyai peran penting di Indonesia sebanyak 95,5% dalam penyampaian informasi kepada *audience*.

Audience dalam pendekatan komunikasi massa memiliki arti beragam terdiri dari penonton televisi, ribuan pembaca buku, majalah, koran, atau jurnal ilmiah. Masing-masing *audience* berbeda satu sama lain diantaranya dalam hal berpakaian, berpikir, menanggapi pesan yang diterimanya, pengalaman, dan orientasi hidupnya. Akan tetapi, masing-masing individu bisa saling memberikan feedback pesan yang diterimanya.² Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti, hal ini dapat berarti “*exposure*” yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempersepsi, kemudian konsep “*use*” merupakan bagian yang sangat penting karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa sehingga mendasari penulisan karya ilmiah ini dengan penggunaan media yang memberikan stimulus kepada penonton/*audience* sehingga tercipta persepsi.³

Dalam perspektif ilmu komunikasi, persepsi bisa dikatakan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) atau sebagai cara organisme memberikan makna adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (*decoding*) dari informasi inderawi dalam proses komunikasi.⁴ Persepsi dalam konteks komunikasi bisa dikatakan sebagai *feedback* atau respon dari *audience*. Sering timbul persepsi yang salah dari *audience*, contohnya jika seorang menyebut orang lain “kamu pintar sekali”, sebagian akan mengira orang menghina, dan inilah yang disebut dengan salah persepsi. Begitu juga dalam tayangan televisi. Program acara televisi yang variatif, akan menimbulkan banyak persepsi dari penonton. Masyarakat Indonesia masih menjadikan televisi sebagai media hiburan.” Fungsi hiburan ini membuat media televisi berkreasi untuk mendapatkan minat penonton, salah satunya dengan membuat banyak program acara. Jenis program acara jika dilihat dari bentuknya terbagi menjadi Reality Show, Talkshow, Dokumenter, Kuis. Salah satu jenis program acara yaitu talkshow di Net TV. Talkshow yang dalam bahasa Indonesia disebut 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 dipandu oleh pemandu gelar wicara. Tamu dalam suatu gelar wicara biasanya terdiri dari orang-orang yang telah mempelajari atau memiliki pengalaman luas yang terkait dengan isu yang sedang diperbincangkan.

Talkshow menjadi program unggulan di masing-masing stasiun televisi, seperti hasil survei tahun 2015 oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang bekerja sama dengan Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) dan sejumlah perguruan tinggi terkemuka. Memberikan urutan program acara talkshow teratas di Indonesia yaitu Kick Andy Metro TV dengan penonton sebanyak 68,90 persen. Disusul dengan Mata Najwa Metro TV dengan angka 60,90 persen dan Hitam Putih Trans7 dengan perolehan 67,30 persen. Pada urutan keempat, ada Indonesia Lawyer's Club TV One (52,10 persen), Sarah Sechan Net TV (44,10 persen), Basa Basi Trans TV (34,00 persen), dan Satu Indonesia Net TV dengan raihan 25,20 persen. Survei di atas menunjukkan program acara Kick Andy dan Mata Najwa menjadi unggulan di Metro TV, Hitam Putih menjadi unggulan di Trans 7, ILC menjadi unggulan di TV One sama halnya dengan program acara “Ini Talkshow” menjadi program acara unggulan di Net TV.

Talkshow Komedi yang dibawakan oleh pembawa acara Sule (Entis Sutisna) dan Andre Taulany ini seketika menjadi populer di masyarakat dari awal program acara ini dibentuk. “Ini Talkshow” memberikan alternatif tayangan bagi penonton dengan hiburan yang tidak mengesampingkan nilai kesusilaan, kesopanan dan kemanusiaan. “Ini Talkshow” masuk dalam 4 (empat) nominasi yaitu di Asian TV Awards 2014 dengan kategori Best Comedy Programs lalu di Yahoo! Celebrity Awards 2014, Panasonic Gobel Awards 2015 dan Indonesia Kids Choice Awards 2015. Acara “Ini Talkshow” memberikan persepsi positif di khalayak setelah sebelumnya media televisi mendapat teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), antara lain program acara Yuk Keep Smile (YKS) Trans TV dinilai KPI menampilkan tarian atau gerakan erotis yang tidak sesuai dengan Undang-Undang No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Lalu program acara talkshow Empat Mata Trans 7 yang sering sekali mendapat teguran dari KPI yang semuanya tidak mendidik dan tidak pantas ditampilkan oleh stasiun televisi Trans 7. Dampak dari teguran ini muncul persepsi-persepsi negatif dari khalayak tentang televisi. Program Acara Ini Talkshow hadir dengan kemasan yang mendidik, seperti peraturan jika narasumber atau bintang tamu mencela atau menghina maka dikenakan denda, lalu info pengetahuan yang dibacakan oleh pembawa acara Andre Taulany dan menampilkan satu keluarga yang banyak mengandung unsur etika, kekeluargaan dan lain sebagainya.

Program acara televisi menggunakan trend di Indonesia dalam membuat program acara yang menarik perhatian masyarakat seperti program acara “Ini Talkshow” edisi Lebaran, program acara Sarah Sechan edisi Tahun Baru, dan lain sebagainya. Pemberian episode spesial pada sebuah program acara biasanya mengikuti hari besar nasional. Maka tak heran jika hari besar nasional Sumpah Pemuda menjadi edisi spesial di setiap program acara. Sumpah Pemuda adalah satu tonggak utama dalam sejarah pergerakan kemerdekaan Indonesia. Ikrar ini dianggap sebagai kristalisasi semangat untuk menegaskan cita-cita berdirinya negara Indonesia. Yang dimaksud dengan "Sumpah Pemuda" adalah keputusan Kongres Pemuda Kedua yang diselenggarakan dua hari, 27-28 Oktober 1928 di Batavia (Jakarta). Keputusan ini menegaskan cita-cita akan ada "tanah air Indonesia", "bangsa Indonesia", dan "bahasa Indonesia". Edisi Sumpah Pemuda juga memberikan efek terhadap sebuah program acara sehingga mendapatkan perhatian penonton.

“Perhatian adalah proses mental ketika stimulus atau rangkaian stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah”, begitu pula dengan perhatian yang positif. Perhatian yang positif dari penonton akan memberikan persepsi yang positif. Penonton mempunyai andil dalam mensukseskan program acara televisi. Semua produksi televisi memberikan tayangan yang menarik perhatian dan akan berdampak pada *rating and share*. Jika *rating and share* sebuah program acara televisi rendah maka program tersebut dalam ancaman pemutusan tayangan. Hal ini menyebabkan *pressure* yang berat di produksi program televisi agar menciptakan sebuah program yang menarik perhatian penonton.” Stimulus diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain: gerakan, intensitas stimulus, kebaruan dan perulangan.”⁵

Metode

Pada penulisan karya ilmiah ini, penulis menggunakan metode penelitian Kualitatif yaitu mengadakan pemilahan metode penelitian dari sisi pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan ini pada dasarnya merupakan falsafah yang mendasari suatu metodologi penelitian.⁶ Oleh sebab itu penulis memilih dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung dan mengkuantifikasi data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka.⁷

Metode Penelitian Kualitatif lebih ditujukan untuk mencapai pemahaman mendalam mengenai organisasi atau peristiwa khusus daripada mendeskripsikan bagian permukaan dari sampel besar dari sebuah populasi dengan mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata dan perbuatan manusia tanpa ada usaha untuk mengkuantifikasikan data kualitatif yang diperoleh.⁸ Teknik

pengumpulan data yang digunakan penulis adalah menggunakan observasi partisipatif dan wawancara mendalam (*depth interview*) serta melakukan *survey* awal yang akan menjadi acuan dalam interview.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan *survey* singkat kepada penonton untuk dijadikan acuan dalam pertanyaan *Depth interview*. Survei (*survey*) atau *self-administered survey* adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu. Jadi bisa disimpulkan *survey* adalah metode untuk mengumpulkan informasi dari kelompok yang mewakili sebuah populasi: Sejumlah besar responden. Dalam *survey* tersebut penulis menggunakan media Google Formulir untuk membantu menyebarluaskan *survey* singkat. Pertanyaan yang penulis ajukan bertujuan untuk mengetahui pengetahuan penonton dan persepsi penonton berjumlah 10 (sepuluh) pertanyaan.

Dari *survey* singkat ini didapatkan data sebagai berikut, Penonton program acara “Ini Talkshow” didominasi oleh penonton berusia 19 (sembilan belas) tahun dengan jumlah 36 (tiga puluh enam) orang, lalu diikuti oleh umur 18 (delapan belas) tahun dengan jumlah 10 (sepuluh) orang, 22 (dua puluh dua) tahun sebanyak 6 (enam) orang, 23 (dua puluh tiga) sampai 25 (dua puluh lima) tahun sebanyak masing-masing 3 (tiga) orang, kemudian 17 (tujuh belas) tahun sebanyak 2 (dua) orang, lalu 20 (dua puluh), 21 (dua puluh satu) dan 31 (tiga puluh satu) tahun semasing-masing sebanyak 1 (satu) orang.

Metode selanjutnya yang penulis gunakan yaitu Metode Observasi adalah metode dimana peneliti mengamati langsung objek yang diteliti, sedangkan Observasi Partisipasi adalah peneliti ikut berpartisipasi sebagai anggota kelompok yang diteliti. kemudian *Depth Interview* adalah metode penelitian dimana peneliti melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus menerus untuk menggali informasi dari informan. Metode *Depth interview* tidak jarang digabung dengan metode observasi partisipasi. Kedua metode tersebut merupakan wujud dari pendekatan konstruktivis, yaitu menganggap bahwa realitas ada dalam pikiran subjek yang diteliti.⁶

Penulis melakukan penelitian dengan wawancara kepada 1 orang *key Informan* dan 2 orang Informan. *Key informan* yang penulis butuhkan adalah tim produksi dari Program acara “Ini Talkshow”. Kemudian 2 orang Informan yang penulis butuhkan adalah dari penonton program acara “Ini Talkshow” episode 28 Oktober 2016.

Tabel 1. Daftar Key Informan dan Informan

No	Nama	Pekerjaan	Keterangan
1	X	<i>Production Asisstant</i>	<i>Key Informan</i>
2	Y	Pekerja Swasta	<i>Informan I</i>
3	Z	<i>Accounting</i>	<i>Informan II</i>

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif yang terdiri dari empat tahapan utama. Tahapan pertama adalah pengumpulan data, yang dimulai sejak penelitian masih berada dalam tahap konseptual atau berupa ide awal. Proses ini mencakup pencatatan berbagai informasi yang relevan sejak awal penelitian hingga tahap akhir.

Tahap selanjutnya adalah reduksi data, yaitu proses penyederhanaan dan pengorganisasian data mentah menjadi bentuk yang lebih sistematis. Dalam tahap ini, semua data yang telah terkumpul digabungkan dan diseragamkan ke dalam format tulisan yang siap dianalisis. Reduksi data dilakukan untuk mengelompokkan informasi berdasarkan relevansi dan keterkaitan dengan fokus penelitian.

Tahap ketiga adalah penyajian data (*display data*). Data yang telah direduksi kemudian disusun dalam bentuk narasi bertema yang terstruktur, dan dikelompokkan ke dalam sebuah matriks kategorisasi. Dalam matriks ini, tema-tema utama dikembangkan menjadi subtema-subtema yang lebih konkret dan mudah dipahami. Setiap subtema diberi kode khusus yang merujuk pada hasil wawancara secara langsung (*verbatim*), sehingga dapat menjaga keaslian data serta mempermudah dalam proses analisis selanjutnya.

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap ini, peneliti menguraikan seluruh subkategori tema yang telah teridentifikasi dalam tabel kategorisasi dan pengodean. Kesimpulan yang dihasilkan tidak hanya merangkum hasil temuan, tetapi juga didukung

oleh kutipan-kutipan langsung dari informan yang relevan, sehingga memperkuat validitas dan kredibilitas hasil penelitian.⁸

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan yaitu persepsi yang terjadi pada penonton studio program acara “Ini Talkshow” memberikan banyak stimulus kepada penonton yang nantinya akan ditafsirkan atau dipersepsikan oleh penonton. Persepsi penonton dalam program acara “Ini Talkshow” menjadi pokok penelitian penulis, maka penulis menggunakan prinsip SR (Stimulus-Respon) dalam menjelaskan penelitian. Prinsip SR yang penulis gunakan terdiri dari:

Stimulus

Stimulus berkaitan dengan penginderaan (indera penglihat, dan indera pendengar), yang berhubungan dalam penerimaan informasi. Berdasarkan penelitian, penonton menerima stimulus program acara “Ini Talkshow” edisi 28 Oktober 2016, sehingga penonton dapat mengetahui alur yang terdapat dalam tayangan tersebut, stimulus ditangkap oleh indra penglihatan dan indra pendengaran lalu stimulus tersebut dikirim ke otak sehingga penonton dapat mempersepsikannya. Stimulus diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain: gerakan, intensitas stimulus, kebaruan, dan perulangan. Prinsip Stimulus-Respon mengasumsikan bahwa pesan dipersiapkan dan didistribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas sehingga secara bersamaan pesan tersebut dapat tersedia bagi sejumlah besar individu, dan bukannya ditujukan pada orang per orang sehingga penonton mendapatkan banyak stimulus. Banyaknya stimulus yang diterima dan terus menerus membuat penonton memberikan Atensi/Perhatian. Atensi atau Perhatian, berkaitan dengan langkah persiapan sebelum persepsi karena keadaan yang menunjukkan bahwa individu tidak hanya dikenai oleh satu stimulus saja, tetapi oleh berbagai macam stimulus yang ditimbulkan oleh program acara “Ini Talkshow”.

Program acara “Ini Talkshow” menjadi program andalan NET. karena program acara “Ini Talkshow” tayang pada prime time. Program yang paling banyak ditonton berarti menjadi program yang menjadi sangat menarik untuk ditonton, begitu pula dengan stimulus yang ditampilkan, dapat dipastikan akan banyak stimulus yang menarik.

Berdasarkan kepada survey singkat yang penulis lakukan terdapat beberapa stimulus yang membuat penonton memberikan perhatian. Berdasarkan grafik 4.4 di atas bahwa para penonton tertarik dengan program acara “Ini Talkshow” oleh karena Host (32%), Bintang Tamu (26%), Tema (22%) dan *Gimmick* atau nyanyian (20%).

1) Host

Pembawa acara atau host atau pranatacara (bahasa Inggris: *Master of Ceremony* disingkat MC) adalah orang yang bertugas sebagai tuan rumah sekaligus pemimpin acara dalam panggung pertunjukan, hiburan, pernikahan, dan acara-acara sejenis. Pembawa acara membawakan narasi atau informasi dalam suatu acara atau kegiatan, ataupun dalam acara televisi, radio dan film. Pembawa acara biasanya membaca naskah yang telah disiapkan sebelumnya, tetapi sering juga mereka harus memberikan komentar atau informasi tanpa naskah. Host biasanya memperkenalkan peserta atau artis yang segera akan tampil di atas panggung, berdialog dengan penonton, dan secara garis besar berusaha menjaga tempo acara. Bergantung kepada acara yang dibawakan, seorang MC kadang-kadang dituntut untuk dapat membawakan lelucon atau anekdot.

Host dalam program acara “Ini Talkshow adalah Sule dan Andre, adapun Komeng bertindak sebagai Co-Host. Sule dan Andre dituntut untuk mengarahkan acara dan membuat acaranya menarik. Sule dan Andre adalah orang-orang yang pernah berjaya di masa-masa jayanya OVJ, lalu diambil lagi untuk diperbaharui dengan latar dan *gimmick* yang full berbeda.

2) Bintang Tamu

Bintang tamu adalah seorang tamu di program televisi yang membintangi satu atau beberapa episode. Bintang tamu di program acara “Ini Talkshow” edisi 28 Oktober 2016 adalah Yuki Kato, Olga Lidya, M. Sopian dan Elis.

Dalam pemilihan bintang tamu, tim “Ini Talkshow” memilih berdasarkan kedekatan dengan tema. Tema pada edisi 28 Oktober 2016 adalah Sumpah Pemuda. Yuki Kato adalah Warga Indonesia keturunan Jepang sedangkan Olga Lidya keturunan Tionghoa. Keduanya adalah publik figur yang cinta dengan Indonesia walaupun mereka memiliki keturunan negara luar. Yuki Kato dan Olga Lidya mempunyai fanbase-nya masing-masing sehingga membuat program acara “Ini Talkshow” edisi 28 Oktober 2016 mudah diterima oleh masyarakat.

Kemudian untuk bintang tamu Bapak Muhammad Pian Sopian dan Ibu Elis Ratna dipilih karena mempunyai nilai Sumpah Pemuda yang menarik untuk diangkat. Bapak Pian adalah seorang supir angkot yang memberikan buku bacaan kepada penumpangnya. Niat bapak Pian yang mencoba mencerdaskan bangsa di respon dengan baik oleh sang istri (Elis Ratna), lalu ibu Elis memfoto aktifitas pak Pian dan di unggah di media sosial sehingga menjadi viral.

Bapak Sopian yang setiap hari berprofesi sebagai supir angkot memberikan sebuah pelajaran penting kepada seluruh rakyat Indonesia akan pentingnya membaca. Beliau menyiapkan buku bacaan di dalam angkotnya untuk dibaca para penumpang. Hal ini yang penulis sebut sebagai nilai Sumpah Pemuda. Semangat memaknai Sumpah Pemuda sesuai dengan keadaan yang kita miliki.

3) Tema

Tema merupakan suatu gagasan pokok atau ide pikiran tentang suatu hal, salah satunya dalam membuat suatu program acara. Di setiap program acara pasti mempunyai sebuah tema karena dalam sebuah penulisan dianjurkan harus memikirkan tema apa yang akan dibuat. Jadi jika diandaikan seperti sebuah rumah, tema adalah fondasinya. Tema juga hal yang paling utama dilihat oleh para penonton sebuah program acara. Jika temanya menarik, maka akan memberikan nilai lebih pada program acara tersebut.

Tema pada program acara “Ini Talkshow” edisi 28 Oktober 2016 adalah Sumpah Pemuda. Semangat Sumpah Pemuda yang ingin digambarkan melalui bintang tamu yang dihadirkan membuat program acara “Ini Talkshow” edisi 28 Oktober 2016 sangat menarik untuk ditonton.

4) *Gimmick*/Nyanyian

Gimmick adalah tipu muslihat, alat, disebut juga tipuan adalah salah satu dari strategi pemasaran suatu produk baik barang ataupun jasa dengan menggunakan cara-cara yg tidak biasa atau kontroversional sehingga produk tersebut cepat populer di masyarakat karena faktor kontroversional tadi. Bisa dikatakan *gimmick* itu merupakan strategi pemasaran yang ampuh dan cocok untuk produk, barang atau jasa yang kurang berkualitas.

Ada banyak *gimmick* yang ditampilkan pada program acara “Ini Talkshow” edisi 28 Oktober 2016, diawali dengan Mang Saswi dan Andre yang menyanyikan lagu Kebyar-kebyar, kemudian ada Double Cast Nunung dan Adul yang memparodikan Liliana Kasir dan Tontowi Amat, lalu ada Pak RT dengan ciri khasnya, kemudian Maya sebagai Asisten Rumah Tangga, serta nyanyian-nyanyian *gimmick* minuman dan makanan, namun *gimmick* yang masih menempel di benak para penonton adalah *gimmick* yang dilakukan oleh Mang Saswi.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan menunjukkan bahwa penonton dapat mendeskripsikan program acara “Ini Talkshow” edisi 28 Oktober 2016 sesuai dengan tayangan yang ada. Namun tidak semua stimulus mendapat respon individu untuk dipersepsi. Stimulus yang akan dipersepsi atau mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Hal ini berkaitan dengan perhatian yang selektif.

Perhatian yang selektif (*selective attention*) adalah apa yang menjadi perhatian kita lolos dari perhatian orang lain, atau sebaliknya. Ada kecenderungan kita melihat apa yang ingin kita lihat, kita

mendengar apa yang ingin kita dengar. Perbedaan perhatian ini timbul dari faktor-faktor internal dalam diri kita.

Berdasarkan penelitian, perhatian yang selektif terjadi diantara informan, jadi tidak semua stimulus diterima dan diproses. Stimulus yang diproses akan diseleksi dengan adanya perhatian. Adanya suatu perhatian disebabkan adanya suatu stimulus atau sesuatu hal yang dianggap menarik. Sesuatu hal yang nampak berbeda dari suatu hal yang lainnya akan membuat seseorang tertarik akan hal tersebut termasuk isi acara. Setiap informan mempunyai perhatian yang berbeda-beda, salah satu informan memberikan atensi kepada bintang tamu Yuki Kato, sedangkan salah satunya kepada M. Pian Sopian dan Elis Ratna dan informan lainnya suka dengan Host Sule dan Andre. Informan juga tertarik dengan *gimmick* yang dilakukan oleh para host dan cast, seperti nyanyian Kebyar-kebyar dan Liana Kasir/Tontowi Amat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan peonoton studio program acara “Ini Talkshow” edisi 28 Oktober 2016 memiliki atensi yang berbeda-beda dari program acara yang ditayangkan. Proses penerimaan informasi atau stimulus yang diberikan tayangan sesuaikan dengan kebutuhan, keadaan dan lingkungan, serta yang menjadi perhatian sebagian Informan yaitu program acara “Ini Talkshow” adalah talkshow yang berbeda dengan talkshow lainnya, memberikan tayangan yang dapat diterima semua kalangan dimana informan merupakan fans dari salah satu bintang tamu ataupun host.

Organisme/Receiver

Receiver pada program acara “Ini Talkshow” adalah penonton. Penonton mempunyai karakter yang berbeda-beda, mulai dari perbedaan usia, pekerjaan, gender hingga lingkungan. Sehingga pada tahun 1970, Melvin De Fleur melakukan modifikasi terhadap teori Stimulus-Respon dengan teorinya yang dikenal sebagai perbedaan individu dalam komunikasi massa (*Individual Difference*). Dalam teori ini diasumsikan bahwa pesan-pesan media berisi stimulus tertentu yang berinteraksi secara berbeda-beda dengan karakteristik pribadi dari *audience*. Teori ini secara eksplisit telah mengakui adanya intervensi variabel-variabel psikologis yang berinteraksi dengan terpaan media massa dalam menghasilkan efek.

Berdasarkan hasil penelitian Informan mengolah dan menerima stimulus dengan cara yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan masing-masing, kebutuhan disini didasarkan pada latar belakang, usia, lingkungan masing-masing informan.

Setelah mengolah stimulus, maka terjadilah kesediaan komunikasi untuk mengubah tanggapan, pandangan dan sikap dan setiap komunikasi dalam memberikan persepsinya atau menginterpretasikan pesan atau informasi.

Respon

Respon dimaksud sebagai reaksi, tanggapan, jawaban, pengaruh, efek atau akibat, jadi dalam teori ini respon adalah efek (pengaruh). Hal ini berkaitan dengan Teori Uses and Effects, yaitu kebutuhan menjadi salah satu faktor dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media dan tingkat akses pada media akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa.

Respon penonton program acara “Ini Talkshow” setiap harinya akan menimbulkan reaksi tergantung dari stimulus yang mereka terima. Respon dalam program acara “Ini Talkshow” 28 Oktober 2016 menjadikan penonton agar dapat memaknai nilai dan semangat Sumpah Pemuda namun dibawakan dengan cara yang santai sehingga dapat menginspirasi para pemuda-pemudi di jaman sekarang.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa program acara tersebut dapat memberikan pengetahuan atau informasi kepada penonton program acara “Ini Talkshow” edisi 28 Oktober 2016, serta memberikan hiburan yang sopan dan berbeda dengan program acara lainnya dan juga menginspirasi para penonton untuk menjadi yang lebih baik dalam hal moral, kelakuan dan cara berfikir.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan sebelumnya, dapat diketahui bahwa dalam hubungannya dengan media dan persepsi, pengamatan, tanggapan dan penilaian terhadap apa yang didengar dan dilihat oleh panca indera, kemudian memberikan makna tentang apa yang telah menjadi kesimpulan dari pesan yang diterima.

Penilaian atau tanggapan itu, bisa bersifat baik atau buruk sesuai dengan pesan yang diterima dan menjadikan penonton bersedia untuk menonton program acara “Ini Talkshow” kembali.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah penonton mempersepsikan program acara “Ini Talkshow” adalah program acara yang menarik. Kemudian penonton tertarik pada Host yaitu Sule dan Andre dan Bintang Tamu yaitu Yuki Kato, M Pian Sopian dan Elis karena dianggap menginspirasi sesuai dengan tema Sumpah Pemuda.

Penonton juga tertarik perhatiannya oleh Mang Saswi, Sule dan Andre menjadi tokoh yang membuat penonton memberikan Respon/efek (prinsip SR) yaitu gimmick atau nyanyiannya dihafal dan ditiru oleh penonton sehingga penonton bersedia untuk menonton kembali tayangan “Ini Talkshow”.

Makna Singkatan (Abbreviations)

KPI : Komisi Penyiaran Indonesia

ISKI : Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan yang memengaruhi penelitian ini.

Pendanaan

Biaya penelitian ditanggung sepenuhnya oleh penulis tanpa dukungan dari pihak lain.

Ucapan Terima Kasih

Penulis berterima kasih kepada semua pihak yang mendukung dan membantu selama penelitian.

References

1. Wahyuni IN. Komunikasi Massa. Yogyakarta: Graha Ilmu; 2014.
2. Nurudin. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Raja Grafindo Persada; 2015.
3. Rohim S. Teori Komunikasi Perspektif, Ragam dan Aplikasi. Jakarta: Rineka Cipta; 2016.
4. Mulyana D. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya; 2015.
5. Rakhmat J. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya; 2011.
6. Hariwijaya. Metodologi dan Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi. Yogyakarta: Parama Ilmu; 2015.
7. Afrizal. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo Persada; 2016.
8. Herdiansyah H. Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial. Jakarta: Salemba Humanika; 2010.
9. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. London: Sage Publications; 2010.
10. Littlejohn S, Foss K. Theories of Human Communication. Waveland Press; 2011.
11. Berger C, Chaffee S. Handbook of Communication Science. Sage Publications; 2013.
12. Creswell JW. Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 4th ed. Thousand Oaks: Sage Publications; 2014.
13. Anggoro Y. Media Massa dan Persepsi Publik. Jakarta: Kencana; 2017.
14. Hall S. Encoding/Decoding. In: Hall S, Hobson D, Lowe A, Willis P, editors. Culture, Media, Language. London: Hutchinson; 1980. p. 128-138.
15. Berger AC. Media Analysis Techniques. 5th ed. Thousand Oaks: Sage Publications; 2013.

*) Original Article