

SKRIPSI
RESPON KOMUNITAS PKS (PARTAI KEADILAN SEJAHTERA) MUDA
SURABAYA TERHADAP PROGRAM “MATA NAJWA” DALAM
PERSPEKTIF TEORI USES AND GRATIFICATION

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1) dalam Bidang Ilmu Politik



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Oleh:

SYAFIRA RAMADHANIA WAHYUDI

NIM: I01218036

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

2022

PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Syafira Ramadhania Wahyudi

NIM : I01218036

Program Studi : Ilmu Politik

Yang berjudul : **“Respon Komunitas PKS (Partai Keadilan Sejahtera) Muda Surabaya Terhadap Program “Mata Najwa” Dalam Perspektif Teori Uses and Gratification”**.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi dari karya orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
3. Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 14 June 2022

Yang Menyatakan



Syafira R. W

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Syafira Ramadhania Wahyudi

NIM : I01218036

Program Studi : Ilmu Politik

Yang berjudul: **“Respon Komunitas PKS (Partai Keadilan Sejahtera) Muda Surabaya Terhadap Program “Mata Najwa” Dalam Perspektif Teori Uses and Gratification”**, saya berpendapat bahwasannya skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diajukan dalam rangkamemperoleh gelar S.Sos dalam bidang Ilmu Politik.

Surabaya, 21 Juni 2022

Pembimbing



Mochammad Ilyas Rolis, S. Ag M.Si

NIP:1977041820110110

LEMBAR PENGESAHAN

Respon Komunitas PKS (Partai Keadilan Sejahtera) Muda Surabaya Terhadap Program “Mata Najwa” Dalam Perspektif Teori Usesand Gratification.

Syafira Ramadhania Wahyudi
I01218036

Disetujui Oleh

Penguji I



Mochammad Ilyas Rolis, S. Ag, M.Si
NIP: 197704182011011007

Penguji II



Dr. H. Abdul Chalik, M.Ag
NIP: 197306272000031002

Penguji III



Dr. H. Ahmad Suyuthi, M.Ag, M.Si
NIP: 19747212006041001

Penguji IV



Holilah S. Ag, M.Si
NIP: 197610182008012008

Surabaya, 20 Juli 2022

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dekan

Dr. H. Abdul Chalik, M.Ag
NIP: 197306272000031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sya fira Ramadhania Wahyudi
NIM : I01218036
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
E-mail address : syafirawahyudi@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah

:
 Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Respon Komunitas PKS Muda Kota Surabaya dalam program Mata Najwa dalam perspektif teori Uses and Gratification

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 31 Juli 2022

Penulis

(Sya fira R Wahyudi)

ABSTRACT

Syafira Ramadhania Wahyudi, 2022. The Response of the Young Surabaya PKS (Prosperous Justice Party) Community Against the "Mata Najwa" Through Uses and Gratification Teory.

Keywords: Influence, Mata Najwa, Politics.

During the pandemic, people inevitably have to adapt to the name digitalization, including the matter of news consumption. Especially for the millennial generation, we are currently faced with what is called the right or wrong phase, where government policies taken during this pandemic provide various responses, both pros and cons. Thus providing space for young influencers to influence the mindset of consumptive culture for social media users. One of them is Najwa Shihab, he is one of the most popular influencers, especially for the millennial generation.

This study porpose to determine how the PKS Muda Surabaya Community Response to the Mata Najwa Program in Trans 7. This research is a qualitative descriptive study with the interview method, namely research that takes a population of 7 people from the PKS Muda Community in Surabaya and uses a questionnaire as a means of collecting information data and interviews as data collectors on the content of the discussion.

The results of this study indicate that the response to the Mata Najwa program in Trans 7 can be classified as a inspirational show to gave an input or output to the party as dynamical politic currently. This picture was obtained by the number of respondents who stated that they needed shows such as the Mata Najwa program with the chosen theme for each episode, the issues raised in each episode, and the selection of sources. The program is considered to be able to provide knowledge and information needs according to the required portion, from good delivery from the moderator, namely Najwa Shihab, and the speakers who were present were able to provide curiosity and also convey each issue in an interesting way, so as to make the audience interested and understand what was conveyed.

ABSTRAK

Syafira Ramadhania Wahyudi, 2022. Respon Komunitas PKS (Partai Keadilan Sejahtera) Muda Surabaya Terhadap Program “Mata Najwa” Dalam Perspektif Uses and Gratification.

Kata Kunci: Pengaruh, Mata Najwa, Politik.

Selama masa pandemic, masyarakat mau tidak mau harus beradaptasi dengan yang namanya digitalisasi, termasuk soal konsumsi pemberitaan. Khususnya bagi kalangan generasi milenials, saat ini kita sedang dihadapi yang dengan yang namanya fase true or false, dimana kebijakan-kebijakan pemerintah yang diambil selama pandemic ini memberikan berbagai respons baik pro dan kontra. Demikian memberikan ruang bagi para influencer – influencer muda untuk mempengaruhi pola pikir budaya konsumtif bagi pengguna media social. Salah satunya ialah Najwa Shihab, beliau adalah salah satu influencer yang banyak digemari masyarakat khususnya bagi genera millenials.

Dengan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Respon Komunitas PKS Muda Surabaya terhadap Program Mata Najwa di Trans 7. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode wawancara yaitu penelitian yang mengambil populasi 7 orang dari Komunitas PKS Muda Kota Surabaya dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data informasi dan wawancara sebagai pengumpul data isi pembahasan.

Hasil penelitian ini menunjukkan respons terhadap program Mata Najwa di Trans 7 dapat digolongkan sebagai sikap yang dapat memberikan masukan yang menginspirasi, dalam hal input atau output dalam partai sebagai gambaran dinamika politik yang terjadi. Gambaran tersebut diperoleh dengan banyaknya responden yang menyatakan membutuhkan tayangan seperti program Mata Najwa dengan tema yang dipilih setiap episodenya, isu-isu yang diangkat setiap episodenya, dan pemilihan narasumbernya. Program dianggap dapat memberikan pengetahuan serta kebutuhan informasi sesuai porsi yang dibutuhkan, dari penyampaian baik dari moderator yaitu Najwa Shihab, dan para narasumber yang hadir dapat memberikan rasa ingin tahu dan juga menyampaikan setiap isu dengan menarik, sehingga membuat penonton tertarik dan memahami apa yang disampaikan.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	2
LEMBAR PENGESAHAN	3
MOTTO	4
PERSEMBAHAN	5
PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI	7
ABSTRACT.....	8
ABSTRAK	9
KATA PENGANTAR.....	10
DAFTAR ISI	12
LAMPIRAN-LAMPIRAN	14
BAB I PENDAHULUAN.....	15
A. Latar Belakang Masalah	15
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian.....	17
D. Manfaat Penelitian	17
E. Definisi Konseptual.....	18
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	40
A. Penelitian Terdahulu	40
B. Kerangka Teori.....	45
Uses and Gratification Theory	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
A. Jenis Penelitian.....	52
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	53
C. Pemilihan Subjek Penelitian.....	54
D. Tahapan Penelitian.....	56

E. Teknik Pengumpulan Data	57
a. Observasi.....	57
b. Wawancara.....	58
c. Dokumentasi	59
F. Instrument Penelitian.....	60
G. Teknik Analisis Data.....	60
H. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data	60
BAB IV PEMBAHASAN HASIL TEMUAN	62
A. Siaran Talkshow Mata Najwa	62
B. Partai Keadilan Sejahtera	65
C. Komunitas PKS Muda Kota Surabaya	67
D. Identitas Informan	73
E. Respon Komunitas PKS Muda Surabaya	29
F. Temuan Hasil Penelitian	77
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
Lampiran.....	86

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

LAMPIRAN – LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara
2. Dokumentasi Penelitian
3. Surat Keterangan (Bukti Penelitian)
4. Biodata Peneliti



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan dunia mengalami percepatan pada tingkat yang mengkhawatirkan, yang berdampak pada kemajuan teknologi. Salah satu konsekuensi dari evolusi dunia ialah menjamurnya televisi. Sejak awal, televisi telah menikmati popularitas luar biasa di kalangan masyarakat umum. Ini telah berkembang menjadi media yang mampu menyampaikan informasi audio SERTA visual, dengan program menjadi lebih menarik dan beragam, mendorong pemirsa untuk lebih terlibat dalam memilih acara yang sesuai dengan minat mereka. Dikarenakan meningkatnya ketergantungan pada televisi di masyarakat saat ini untuk informasi, stasiun televisi menjadi lebih beragam dalam pendekatan mereka untuk memberikan informasi melalui acara ataupun program mereka.

Jumlah tayangan televisi yang bertema politik semakin meningkat di Indonesia. Ide-ide yang semakin berani dan imajinatif sedang diperkenalkan. Sebenarnya, acara televisi kontemporer dengan subjek politik tidak hanya diperdebatkan pada isu-isu standar; melainkan, mereka telah memberanikan diri untuk menggunakan topik yang menarik, beragam, inovatif, dan lucu untuk melibatkan penonton. Sejak didirikan pada tahun 2000, MetroTV, stasiun televisi berita pertama di Indonesia, telah menyiarkan beberapa program diskusi politik yang berpusat pada situasi politik negara. Contoh talk show ataupun judul pidato ialah semacam program televisi ataupun radio yang berbentuk percakapan ataupun diskusi Diantara dua orang ataupun lebih tentang topik tertentu ataupun berbagai tema yang dipandu oleh pemandu pidato, seperti selebriti. Mata Najwa ialah program percakapan populer di Metro TV yang tayang secara rutin. Talkshow dengan genre acara terkini yang mengangkat topik-topik yang sedang trending di masyarakat saat ini dikemas dalam diskusi wawancara dengan durasi 60 menit dan ditayangkan tiap hari Rabu pukul 20.00-21.00 WIB (Rabu pukul 20.00-21.00WIB).

Dalam beberapa kesempatan, acara bincang-bincang yang diselenggarakan

oleh jurnalis veteran Najwa Shihab termasuk tamu kelas satu yang berbicara tentang berbagai tema yang berkaitan dengan masalah nasional, pemerintah, dan politik. Acara ini memiliki sejumlah besar tokoh terkenal dan pembuat berita sebagai protagonis utamanya. Ketertarikan penonton pada sisi lain tokoh yang sebelumnya jarang diungkap di media massa lain, seringkali membuat penonton rehat sejenak dari kesibukannya menonton acara, sementara sebagian lainnya hanya tertarik untuk mencari tahu. siapa saja bintang tamu di Talkshow Mata Najwa. Berbeda dengan program talk show lainnya, hampir tiap kali mereka mengajukan pertanyaan, presenter akan dapat membaca catatan yang telah dihasilkan dan diletakkan di atas meja sebelum pertanyaan. Catatan tersebut tentu saja merupakan hasil studi ekstensif dan pengamatan komprehensif terhadap kehidupan sehari-hari sang tokoh. bahkan ketika datang ke hal-hal yang unik dan pribadi. Serupa dengan ini, pertanyaan tuan rumah yang dadakan dan mengejutkan sering kali menyebabkan subjek berhenti sejenak, menyeringai, ataupun mempertimbangkan sebelum menjawab. Najwa juga mampu berperan sebagai pewawancara yang mencerminkan informasi dan emosi yang ingin diketahui dan dialami pemirsa.

Selain itu, talk show yang sering menjadi trending topic di media online Twitter mempunyai daya pikat bagi masyarakat, yang menarik minat penulis untuk mengkaji bagaimana persepsi publik terbentuk, yang didefinisikan sebagai rangkaian proses kognisi ataupun pengakuan, afeksi ataupun kegiatan evaluasi emosional (minat) masyarakat terhadap suatu objek, peristiwa, ataupun hubungan. Hubungan tersebut dibangun melalui penyimpulan informasi dan pemahaman pesan melalui penggunaan beberapa indera seperti pendengaran, penglihatan, sentuhan, dan sebagainya. Itulah alasan mengapa peneliti mengambil subjek terkait program Mata Najwa.

Selain diatas, selama pandemic, masyarakat mau tidak mau harus beradaptasi dengan yang namanya digitalisasi, termasuk soal konsumsi pemberitaan. Khususnya bagi kalangan generasi millennial, saat ini sedang menghadapi yang namanya fase true or false, dimana kebijakan-kebijakan pemerintah yang diambil selama pandemic ini memberikan berbagai respons baik

pro dan kontra. Demikian memberikan ruang bagi para influencer-influencer muda untuk mempengaruhi pola pikir budaya konsumtif bagi pengguna media (social, televisi, radio, dll). Salah satunya Najwa Shihab, beliau ialah suatu influencer yang banyak digemari oleh masyarakat dari semua golongan dan kalangan, khususnya bagi generasi millennial. Nah dengan adanya penelitian inilah peneliti bisa mencari tahu bagaimana respons Komunitas PKS Muda Kota Surabaya terhadap program Mata Najwa Dalam Perspektif Teori Uses and Gratification.

Apakah program tersebut memiliki dampak yang signifikan terhadap pola pikir generasi millennial terhadap politik dan pemberitaan masa kini? Ini penting sekali selain Indonesia menjadi negara dengan pengguna media terbanyak, Indonesia yang menjadi salah satu negara yang akan mengalami bonus demografis 10 tahun mendatang, dan melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa generasi millenials memiliki peran andil yang cukup besar untuk ini khususnya dalam pandangan politik.

B. Rumusan Masalah

Dengan deskripsi judul yang telah dijabarkan diatas maka fokus pada riset yang akan dilakukan ialah meneliti tentang: bagaimana respon komunitas PKS (Partai Keadilan Sejahtera) muda Surabaya terhadap program “Mata Najwa” dalam Perspektif Uses and Gratification”

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan hasil rumusan masalah diatas, maka diperoleh tujuan penelitian sebagai bentuk pengetahuan bagaimana respon komunitas PKS (Partai Keadilan Sejahtera) muda Surabaya terhadap program “Mata Najwa” dalam Perspektif Uses and Gratification.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang akan dicapai, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk berbagai masalah, termasuk namun tidak terbatas pada:

a. Manfaat Teoritis

Sesuai dengan harapan, penelitian ini akan memberikan kontribusi pada body of knowledge dalam hal pengembangan fungsi media informasi dalam memberikan komunikasi pada program Mata Najwa, termasuk aspek baik dan negatif dari program tersebut.

b. Manfaat Praktis

Agar penelitian ini berhasil, harus memberi informasi dan masukan kepada pembaca, serta program Mata Najwa, yang selanjutnya akan menyaring informasi tersebut sehingga dapat diterima dengan baik oleh khalayak sebagai jembatan antara masyarakat dan pemerintah.

c. Manfaat Akademis

Kajian ini diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi bagi mahasiswa dan masyarakat umum, serta sebagai bahan bacaan bagi akademisi maupun masyarakat umum yang tertarik untuk memperluas pemahaman mereka tentang sosial politik.

E. Definisi Konseptual

a. Respon

Bersumber dari kamus besar ilmu pengetahuan, "respon ialah reaksi psikologis-metabolik terhadap datangnya rangsangan; beberapa tanggapan sifatnya spontan, seperti introspeksi dan reaksi emosional langsung, sementara yang lain diatur."

Bersumber dari temuan penelitian ini, respon yakni umpan balik yang memainkan peran penting ataupun memiliki dampak signifikan dalam memutuskan efektif ataupun tidaknya suatu komunikasi.

Dalam referensi psikologi otak dinyatakan bahwa, "Respon (reaksi) ialah setiap proses otot atau organ yang dibangkitkan oleh peningkatan, atau berarti respons, terutama solusi untuk pertanyaan tes atau polling, atau dapat juga berarti cara berperilaku apa pun, baik yang terlihat jelas atau nyata dengan sendirinya yang lahiriah atau yang tertutup atau yang tersembunyi."

Sementara itu, menurut Ahmad Subandi, reaksi dengan istilah kritik

memegang peranan ataupun pengaruh besar dalam menentukan bagus atau tidaknya sebuah komunikasi.⁵

Dengan adanya reaksi yang disampaikan objek dan subjek dakwah atau dari komunikator akan membatasi kesalahan pada jalannya komunikasi dan dakwah.

Reaksi dalam pemahaman yang luas juga bisa diuraikan saat individu memberi tanggapan melalui pertimbangan, perilaku, dan sikapnya. Tingkah laku yang ada dalam diri individu akan memberi corak pada cara individu berperilaku atau beraktivitas.

Secara garis besar, reaksi ataupun tanggapan bisa dimaknai demikian atau kesan dari suatu persepsi. Dalam keadaan ini, reaksi ialah persepsi mengenai subjek, peluang yang didapat dalam menguraikan pesannya. Kesan atau jejak itu bisa kembali dan berlangsung sebagai tanggapan ataupun bisa dikenal sebagai sebuah respon. Pada umumnya, respon adalah kesan dari apa yang sudah kita perhatikan dan dirasakan. Lamanya reaksi ini dalam sadar, mereka disebut respon yang tidak aktif, sementara reaksi-reaksi yang ada dalam kesadaran disebut respon asli.⁶

Berdasarkan hipotesis yang dikemukakan oleh Steven M. Chaffe, reaksi dapat dibagi menjadi 3, yaitu:

- a. kognitif, yaitu reaksi erat kaitannya dengan informasi seseorang tentang kemampuan dan data tentang sesuatu. Reaksi ini muncul ketika ada penyesuaian terhadap apa yang digambarkan oleh orang banyak.
- b. Penuh perasaan, yaitu reaksi yang berhubungan dengan perasaan, sikap dan penilaian seseorang terhadap sesuatu.
- c. Tingkah laku, adalah reaksi khusus yang berhubungan dengan cara bertingkah laku yang tulus termasuk kegiatan atau kecenderungan.

Respon merupakan hasil dari siklus sosialisasi dimana seorang individu merespon sesuai dengan kritik yang diterimanya. Respon individu terhadap

⁵ Ahmad Subandi, *Psikologi Sosial*, cet. ke-2, (Jakarta : Bulan Bintang, 1982) 50

⁶ Alisuf Sabri, *Psikologi Umum dan Perkembangan*, (Jakarta: Pedoman Jaya, 2004) 60

suatu item dapat dikelompokkan menjadi dua bagian:

1. Respon Positif

Hal ini dimaksudkan agar jika individu mendapat reaksi positif, respon yang muncul ia akan bersedia membantu, memusatkan perhatian, dan melakukan hal-hal yang menguntungkan barang tersebut.

2. Respon Negatif

Hal ini dimaksudkan agar apabila individu tersebut mempunyai reaksi negatif, ia akan mengutuk, mencela, tidak menjawab, menyerang, bahkan melenyapkan item tersebut.⁷

Sementara itu, Sortain, North, Strange, dan Chapman mengusulkan bahwa pengembangan perspektif terdiri dari tiga klasifikasi respon internal termasuk:

- a. Respon afeksi (emosional)
- b. Kebijaksanaan (pengetahuan)
- c. Aktivitas Tendensi (sebagai proses berpikir yang mendorong seseorang untuk bertindak).⁸

b. Program MataNajwa

Mata Najwa adalah program talkshow unggulan Metro TV yang dipandu oleh jurnalis senior, Najwa Shihab. Talkshow ini ditayangkan setiap hari Rabu pukul 20:05 hingga 21.30 WIB. Disiarkan perdana sejak 25 November 2009, Mata Najwa konsisten menghadirkan topik-topik menarik dengan narasumber kelas satu. Sejumlah tamu istimewa telah hadir dan berbicara di Mata Najwa, di antaranya mantan Presiden RI, BJ Habibie (episode: Separuh Jiwaku Pergi), mantan Wakil Presiden Jusuf Kalla (episode: Pemimpin Bernyali), Menteri BUMN Dahlan Iskan (episode: Komandan Koboi), dan Gubernur DKI Jakarta Joko Widodo (episode: Laga Ibukota) (Matanajwa.com, 2011).

Mata Najwa telah berhasil meraih sejumlah penghargaan di dalam dan luar negeri. Di tahun 2010, episode "Separuh Jiwaku Pergi" terpilih menjadi salah satu

⁷ Siti Partini Suardiman, *Psikologi Sosial* (Yogyakarta: Studing, t.t.) 63.

⁸ Ibid 63.

nominasi The 15th Asian Television Awards untuk kategori "Best Current Affair Program". Di tahun 2011 Mata Najwa mendapat anugerah Dompot Dhuafa Award sebagai talkshow terinspirasi. Di tahun yang sama, Mata Najwa masuk menjadi salah satu nominasi KPI Award kategori "Talkshow Terbaik" (Matanajwa.com, 2011).

Selama tiga tahun berturut-turut sejak 2010 hingga 2012, Mata Najwa berhasil terpilih sebagai Brand yang paling direkomendasikan oleh Majalah SWA. Mata Najwa juga mendapat penghargaan The Word of Mouth Marketing Award ditahun 2011. Pada 2014, memasuki usia tahun ke-4, Mata Najwa berhasil mendapat KPI Award sebagai "Program Talkshow Terbaik". Pada 2015, kembali Mata Najwa berhasil mendapat KPI Award sebagai "Program Talkshow Terbaik" (Matanajwa.com, 2011).

Maraknya bermunculan program talkshow di Indonesia, membuat tim Mata Najwa berusaha untuk terus menghadirkan sesuatu yang berbeda dan menarik bagi pemirsanya. Di tahun ke-4 mengudara, Mata Najwa kembali mengemas ulang on air presentation bertujuan untuk meningkatkan kualitas program, tetap menghadirkan narasumber kelas satu yang dilengkapi dengan tata panggung megah di grand studio Mata Najwa dan dihadiri langsung oleh ratusan penonton. Untuk memperluas target pemirsa ke ranah penonton muda Mata Najwa juga melakukan kegiatan off air yaitu dengan mendatangi beberapa kampus di Indonesia, biasa disebut dengan Mata Najwa on Stage.

Topik dari acara talk show Mata Najwa tidak bersifat monoton dan terpusat pada satu masalah saja, tapi tayangan ini juga mengulas berbagai topik atau kasus dari sudut pandang yang berbeda. Acara talk show Mata Najwa merupakan suatu acara yang bermutu yang menampilkan bintang tamu dari kalangan tokoh-tokoh yang sedang hangat dibicarakan, termasuk para tokoh politik di tanah air. Tayangan acara tersebut diharapkan dapat membentuk persepsi pemirsanya, khususnya para mahasiswa yang selalu ingin menambah wawasannya melalui acara yang berbobot atau memiliki nilai informasi yang tinggi.

Para tokoh politisi yang menjadi bintang tamu dalam tayangan Mata Najwa di Metro TV berasal dari berbagai partai politik (parpol) di Indonesia. Fokus acara ini selalu pada karakter utama, yang selalu ditampilkan secara serius dan kritis. Najwa Shihab dan tamu-tamunya mengambil moto acara ini, "Menikmati Berita dengan Cara yang Berbeda," ke dalam hati. Menganalisis dan membedah peristiwa politik paling penting minggu ini dan topik hangat dengan presisi yang tajam. Setiap episode menampilkan tokoh ataupun pakar terkenal yang berbeda untuk membahas topik yang berbeda. Najwa Shihab menjadi pembawa acara dan menampilkan "Mata Najwa." Najwa Shihab ialah bintang acara itu, dan nasib acara itu ada di tangannya yang cakap, baik ataupun buruk. Pekerjaan yang luar biasa dilakukan oleh Najwa; tanyanya kepada para pembicara yang hadir cukup tegas. Sangat tepat jika pertunjukan ini disebut Mata Najwa, dikarenakan mata ialah jendela yang kita lewati untuk melihat dunia. Pertanyaan Najwa Shihab terpusat pada mata responden. Selanjutnya, pertimbangkan apa yang paling menarik minat Anda dari sudut pandang Najwa Shihab. Sudut pandang dan wacana seseorang dapat membantu memperoleh kesimpulan yang diperlukan dari pandangan mereka. Pertunjukan ini selalu berfokus pada protagonis, orang-orang yang terlibat langsung dalam peristiwa yang mereka laporkan. Di sisi lain Najwa Shihab, mengajukan pertanyaan langsung. Program bincang-bincang lainnya tidak dapat menyediakan sumber seperti yang ada di acara Mata Najwa, yang memberikan keunggulan dalam kompetisi.

Secara teoritis, dari sudut pandang publik, partai politik adalah kanalisasi dari kepentingan masyarakat agar diperjuangkan menjadi kebijakan negara. Parpol yang sukses adalah partai yang dekat dengan masyarakat sekaligus memiliki kemampuan untuk berada dalam lingkaran kekuasaan agar dapat mengarahkan kebijakan negara sesuai kehendak masyarakat. Namun, hal ini belum menjadi realitas di Indonesia. Masyarakat tampak tidak dekat dengan parpol dan cenderung memiliki pandangan negatif. Sebaliknya, parpol sering kali menyalahkan masyarakat ketika mendapati kenyataan persepsi negatif terhadap politisi ataupun institusi partai (Hanan, 2015).

Dalam berbagai jajak pendapat publik yang dilakukan Lembaga Survei

Indonesia (LSI) dan Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC) sejak 2004, secara konsisten ditemukan fakta bahwa masyarakat cenderung berpandangan negatif terhadap institusi parpol dan para politisi. Karena para politisilah yang mengisi lembaga DPR, persepsi terhadap DPR pun secara konsisten cenderung negatif. Menurut LSI, di awal tahun 2015, tingkat kepercayaan masyarakat kepada parpol dan DPR berada di kisaran 50 persen. Ini angka terendah dibandingkan dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Presiden sebesar 83 persen, KPK 81 persen, dan TNI 83 persen. Angka ini lebih rendah lagi pada 2014, setelah Pemilu Legislatif dan Pemilu Presiden. Pada Oktober 2014, kepercayaan terhadap parpol dan DPR ada di kisaran 40 persen. Peningkatan pada awal 2015 dapat saja dimaknai positif, tetapi kemungkinan besar peningkatan kepercayaan itu lebih karena tingkat harapan masyarakat yang tinggi ke pemerintahan baru (Hanan, 2015).

Persepsi negatif masyarakat ini tampaknya berkorelasi dengan apa yang tergambar dan terlihat oleh masyarakat atas perilaku atau informasi yang sampai kepada mereka tentang parpol dan politisi di dalamnya. Ketika diminta menggambarkan parpol dan politisi, dalam berbagai jajak pendapat tersebut, tiga hal yang paling diingat masyarakat semuanya negatif. Biasanya masyarakat selalu mengemukakan bahwa politisi adalah orang yang hanya peduli pada kepentingan pribadinya, banyak berjanji, tetapi lebih sering tidak menepatinya, dan lebih suka bicara tentang diri mereka. Dengan ingatan negatif seperti ini, tak mengherankan kalau tingkat kepercayaan publik akan selalu rendah terhadap parpol (Hanan, 2015).

Tidak hanya politisi senior, para politisi muda pun mendapat persepsi yang negatif dari masyarakat. Lingkaran Survei Indonesia (LSI) Minggu 30 Oktober 2011 merilis hasil survei terbaru mereka tentang persepsi masyarakat terhadap politisi muda. Hasil jajak pendapat tersebut menyimpulkan adanya kekecewaan yang besar pada masyarakat terhadap kiprah politisi muda akhir-akhir ini. Hasil survei tersebut menunjukkan hanya 24,8% responden yang menilai kinerja politisi muda cukup baik. Selebihnya (75,2%) menilai buruk (<http://petapolitik.com>).

Respon yang dimaksud dalam penelitian ini adalah responkomunitas PKS

Muda kota Surabaya tentang integritas politisi. Integritas adalah kemampuan orang untuk mewujudkan apa yang telah diucapkan atau dijanjikan oleh orang tersebut menjadi suatu kenyataan (Mulyadi, 2007:145). Menurut Agoes (2013:229), indikator perilaku integritas adalah:

1. Memahami dan mengenali perilaku sesuai kode etik,
2. Melakukan tindakan yang konsisten dengan nilai (value) dan keyakinannya,
3. Bertindak berdasarkan nilai (value) meskipun sulit untuk melakukan itu, dan
4. Bertindak berdasarkan nilai (value) walaupun ada resiko atau biaya yang cukup besar.

Integritas tersebut merupakan integritas yang melekat secara personal pada seorang politisi. Integritas politisi tersebut dapat dipersepsi oleh masyarakat atau khalayak dari tayangan Mata Najwa di Metro TV yang memang menampilkan para bintang dari berbagai tokoh politik atau politisi, dimana salah satu dari kalangan masyarakat tersebut adalah khalayak mahasiswa.

Mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat merupakan khalayak yang membutuhkan segala informasi yang ada di sekelilingnya. Mahasiswa akan mencari sumber informasi yang dapat menambah wawasan dan pengetahuannya. Acara talk show Mata Najwa merupakan acara yang menggugah, bermanfaat dan dapat dijadikan alternatif untuk menambah wawasan mereka.

Tayangan Mata Najwa di Metro TV seringkali menghadirkan bintang tamu politisi yang dapat menjadi inspirasi bagi masyarakat seperti Jokowi (Walikota Solo, Gubernur DKI Jakarta, Presiden RI), Basuki Tjahaya Purnama alias Ahok (saat masih di Partai Gerindra), Tri Rismaharini (Walikota Surabaya), Ganjar Pranowo (Gubernur Jawa Tengah), Enthus Susmono (Bupati Tegal), Ruhut Sitompul (Partai Demokrat), dan sebagainya. Kehadiran para tokoh politik inspiratif tersebut dalam tayangan Mata Najwa

c. Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi (dari bahasa Inggris "*communication*"), secara

etimologis atau didapat dari, asal katanya berasal dari bahasa Latin *communicatus*, dan kata ini berasal dari kata *communis*. Sebuah organisasi yang bertujuan untuk menyatukan orang-orang dikenal sebagai komunis ataupun yang memiliki konsep yang sama. Informasi (pesan dan gagasan) disimpan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2011) sebagai mekanisme komunikasi. Komunikasi verbal ataupun verbal ialah jenis komunikasi yang paling umum. Komunikasi verbal mengacu pada penggunaan kata-kata, baik lisan ataupun tulisan, untuk menyampaikan informasi. Komunikasi nonverbal, di sisi lain, dipergunakan lebih sering daripada komunikasi verbal. Tentu saja, komunikasi nonverbal dipergunakan saat berbicara. Akibatnya, komunikasi nonverbal berlangsung tanpa batas. Seperti yang dikemukakan oleh Ngalimun, (2013):19.⁹

Secara terminologi, para ahli komunikasi memberipengertian komunikasi sesuai dengan pandangan dan anggapan mereka antara lain: Danil Vardiansyah mengungkap berbagai arti komunikasi dalam susunan kata yang dikemukakan oleh para ahli:¹⁰

1. Jenis dan Kelly mengacu pada "Komunikasi adalah siklus yang melaluinya seorang individu (komunikator) menyampaikan perbaikan (umumnya sebagai kata-kata) dengan niat penuh untuk mengubah atau membentuk cara berperilaku orang lain (khalayak)".
2. Berelson dan Stainer "Komunikasi adalah siklus penyampaian data, pikiran, perasaan, keterampilan, dan lainnya. Dengan menggunakan gambar seperti kata, gambar, angka, dan lain sebagainya.
3. Gode "Komunikasi adalah interaksi yang membuat sesuatu berdasarkan apa yang awalnya diklaim oleh seorang individu menjadi dimiliki oleh setidaknya dua individu"
4. Brandlun "Komunikasi muncul didorong oleh kebutuhan untuk mengurangi perasaan rentan, bertindak sungguh-sungguh, mengikuti atau memperkuat

⁹ Ngalimun, dkk. (2013). *Perkembangan dan Pengembangan Kreativitas*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo

¹⁰ Dani Vardiansyah, *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. II (Jakarta: PT Indeks, 2008) 25-26.

ego"

5. Resuch "Komunikasi adalah siklus yang mengaitkan satu bagian ke bagian lain sepanjang kehidupannya"
6. Weaver "Komunikasi adalah keseluruhan metodologi yang melaluinya pemikiran seseorang bisa memengaruhi pertimbangan orang lain"

Lebih lanjut, Deddy Mulyana juga memberi berbagai pengertian komunikasi mengenai beberapa sentimen yang wajar, antara lain:¹¹

1. Theodore M. Newcomb, "Komunikasi adalah setiap demonstrasi komunikasi yang dilihat sebagai transmisi data, terdiri dari peningkatan yang bias, dari sumber ke penerima."
2. Karel. I. Hovland, "Komunikasi adalah interaksi yang memungkinkan seorang individu (komunikator) untuk menyampaikan peningkatan (umumnya gambaran verbal) untuk mengubah cara berperilaku orang lain (impart)."
3. Operator Gerald R. Mill, "Komunikasi terjadi ketika sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan tujuan sadar untuk mempengaruhi cara berperilaku penerima."
4. Everett M. Rogers, "Komunikasi adalah interaksi di mana sebuah pemikiran dipindahkan dari sumber ke setidaknya satu penerima, bertekad untuk mengubah cara mereka berperilaku."
5. Raymond S. Ross, "Komunikasi (global) adalah suatu kursus mengatur, memilih dan mengirimkan gambar-gambar untuk membantu anggota audiens dengan implikasi atau reaksi yang menginspirasi dari pikiran mereka yang seperti yang direncanakan oleh komunikator."
6. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante, "(Komunikasi adalah) transmisi data yang sepenuhnya bertujuan untuk mempengaruhi orang banyak"
7. Harold Laswell, "(Metode yang efektif untuk menggambarkan

¹¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. XIV (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010) 68-69.

komunikasi yaitu dengan menanggapi pertanyaan yang menyertainya) Siapa mengeluarkan apapun dan dengan saluran kepada siapa dengan dampak apa? atau sekali lagi siapa mengungkapkan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan dampak apa.¹²

Batasan Komunikasi:

Untuk melakukan komunikasi yang kuat dengan asumsi Anda mempunyai langkah-langkah berikut:

- 1) Pesannya jelas. Ini menyiratkan bahwa komunikan memahami apa yang komunikator bicarakan tanpa berspekulasi tentang signifikansi komunikator.
- 2) Pesan yang disampaikan sudah selesai. komunikator memiliki data yang memadai untuk menilai suatu pesan.
- 3) Pesan yang disampaikan benar. Semua data dalam pesan valid. Pesan dibebaskan dari kesalahan ejaan, sintaksis, permintaan kata, serta struktur kalimatnya.
- 4) Menghemat waktu penerima. gaya, asosiasi, serta efek visual ataupun aural dari sebuah pesan membantu penerima dengan memahami, membaca, serta menindaklanjuti data secepat mungkin.
- 5) Membangun kebaikan. Pesan yang disampaikan menyajikan gambaran positif dari komunikator, memperlakukan komunikan sebagai individu tidak jarang. Jadi itu membentengi hubungan yang layak antara komunikator dan komunikan.

Komunikasi yang layak tentu bukan sesuatu yang sederhana. Dalam komunikasi ada banyak penghalang berbeda yang bisa merusak komunikasi. Effendy mengatakan terdapat berbagai hal yang untuk situasi ini adalah batas-batas komunikasi yang harus menjadi kekhawatiran yang signifikan bagi komunikator dengan asumsi bahwa mereka mempertahankan bahwa komunikasi

¹² Ibid 70-71

mereka harus menemukan kesuksesan, khususnya:¹³

- Gangguan
- Minat; Minat akan membuat seseorang spesifik dalam menjawab ataupun menghayati sebuah pesan
- inspirasi terpendam; Motivasi ataupun inspirasi akan mendorong seseorang untuk mencapai sesuatu sesuai harapan, kebutuhan dan kekurangannya
- Prasangka; ialah hambatan ataupun penghalang yang signifikan untuk gerakan komunikasi, dikarenakan seseorang yang tidak mempunyai kecenderungan sekarang meragukan dan berspekulasi.
- Hambatan ekologis; Hambatan ekologis terjadi karena gangguan alam terhadap proses komunikasi yang terus menerus, sehingga hambatan ini berasal dari iklim.

d. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca atau pendengar atau penonton yang akan coba diraihnya, dan efeknya terhadap mereka. Komunikasi massa merupakan disiplin kajian ilmu sosial yang relatif muda jika dibandingkan ilmu psikologi, sosiologi, ilmu politik dan ekonomi.

Komunikasi itu sendiri memiliki berbagai macam bentuk. Salah satunya adalah komunikasi massa atau yang biasa kita sebut dengan mass communication. Menurut Bittner (dalam Romli, 2016:1), “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.” Sedangkan menurut Defleur dan Dennis McQuail dalam Riswandi (2009:103) menyatakan bahwa:

¹³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Cet. III, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003) 45-50.

“Komunikasi massa adalah suatu proses dimana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dalam memengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara.”

Dalam perkembangan zaman studi mengenai komunikasi massa merupakan sebuah proses pengiriman pesan oleh media kepada khalayak atau audiens dalam jumlah besar. Berbicara mengenai komunikasi massa juga merupakan proses transmisi pesan yang dilakukan dengan menggunakan media massa baik cetak maupun elektronik, (Mulyana 2007:23) Media massa merupakan alat bantu atau wadah yang digunakan untuk menyebarkan informasi atau pesan. Informasi atau pesan disampaikan secara massal dari insitusi media kepada masyarakat luas. Proses komunikasi massa terjadi pada media salah satunya media digital smartphone yang pada saat ini banyak orang tidak bisa lepas darinya. Dalam smartphone terdapat sosial media yang merupakan jalur untuk menyebarkan informasi secara massal. Dalam perkembangannya umpan balik atau feedback dari audiens menjadi mudah dengan adanya sosial media. Umpan balik bisa berupa komentar yang ditulis di kolom komentar.

Denis McQuail menjelaskan proses komunikasi massa yang sekaligus menjelaskan ciri komunikasi massa yang memiliki ciri utama yang paling jelas dalam media massa adalah bahwa institusi dirancang untuk dapat menjangkau masyarakat luas. Potensi audiens dipandang sebagai kumpulan orang dalam jumlah besar yang memiliki sifat tidak saling mengenal satu sama lain. Begitu pula hubungan antara pengirim pesan dan penerima pesan adalah tidak saling kenal.

Perkembangan komunikasi massa saat ini semakin marak dan luas penyebarannya. Komunikasi massa adalah suatu proses melalui mana komunikatorkomunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan-

pesan secara luas dan terus menerus menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam dengan melalui berbagai cara (McQuail 2007:6).

Komunikasi massa seperti yang ada di media digital seperti YouTube memiliki jangkauan yang cukup luas dalam menjangkau khalayak. Dimana masing-masing khalayak memiliki sifat yang tidak mengenal satu sama lain. Komunikator dan komunikan juga tidak mengenal satu sama lain.

Dalam perkembangannya, Harold Laswell menyatakan media komunikasi modern dewasa ini telah memungkinkan orang diseluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media(channel) yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. YouTube sebagai media digital termasuk dalam komunikasi massa karena memenuhi unsur-unsur yang terdiri dari sumber (source), pesan, saluran, penerima dan efek (Morrison,2013:18).

Banyak sekali fungsi-fungsi komunikasi massa yang disebutkan oleh beberapa ahli komunikasi, salah satunya adalah fungsi komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick (1988), dalam Nurrudin menyatakan bahwa ada beberapa macam fungsi komunikasi massa yakni sebagai berikut:

1. to inform (untuk menginformasikan)
2. to entertain (untuk menghibur)
3. to persuade (untuk mempersuasi / membujuk)

Perbedaan yang paling mendasar antara komunikasi dan komunikasi massa adalah terdapat pada penerima yang jumlahnya berlipat-lipat. Dalam komunikasi massa komunikator bisa disebut sebagai sumber (source) dan mereka yang bertindak sebagai penerimanya biasa disebut dengan audience, pemirsa, penonton, pendengar atau pembaca. Sementara saluran yang digunakan

dalam komunikasi massa yang dimaksud adalah seperti televisi, radio, media cetak seperti majalah, koran, tabloid, buku, film, dan internet.

Dalam Nurrudin menyebutkan ada beberapa elemen yang terdapat dalam komunikasi massa yaitu :

- a. Komunikator
- b. Isi / pesan
- c. Audiens
- d. Umpan balik (feedback)
- e. Gangguan
- f. Gatekeeper (penapis informasi)
- g. Pengatur
- h. Filter

e. Jurnalistik Televisi

Jurnalistik televisi merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal. Verbal, berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, efektif. Visual, lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat. Teknologikal, berkaitan dengan daya jangkauan siaran, kualitas suara, dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima di rumah-rumah. Dramatikal, berarti bersinggungan dengan aspek serta nilai dramatik yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan secara simultan. Aspek dramatik televisi menggabungkan tiga kekuatan sekaligus; kekuatan gambar, suara, dan kata-kata. Inilah yang disebut efek bersamaan dan efek simultan televisi. Para pakar komunikasi kerap mengatakan, televisi memiliki daya hipnotis yang luar biasa, sehingga emosi dan perilaku khalayak dapat dengan mudah dimainkan atau diciptakan dalam seketika (Sumadiria, 2005 : 5).

f. Berita

Defenisi berita menurut Sumadiria dalam buku Jurnalistik Indonesia adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau

penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet. Stasiun TV tidak dapat hanya menunggu berita yang datang. Stasiun TV harus mengejar berita dan untuk itu mereka harus memiliki reporter TV. Berita dapat di klasifikasikan ke dalam dua kategori; berita berat (hard news) dan berita ringan (soft news). Selain itu berita dapat dibedakan menurut lokasi peristiwanya, di tempat terbuka atau di tempat tertutup. Sedangkan berdasarkan sifatnya, berita bisa dipilah menjadi berita diduga dan berita tidak terduga. Selebihnya, beritajuga bisa dilihat menurut materi isinya yang beraneka macam (Sumadiria, 2005 : 65). Adapun berita berdasarkan jenis-jenisnya, yaitu;

1. Straight news report adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa.
2. Depth news report merupakan berita dimana reporter (wartawan) menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut.
3. Comprehensive news merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek.
4. Interpretative report , berita yang biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa controversial.
5. Feature story, penulis mencari fakta menarik untuk pembacanya.
6. Depth reporting adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap, dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau factual.
7. Investigative reporting, biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi.
8. Editorial writing adalah pemikiran sebuah institusi yang diuji di depan siding pendapat umum (Morissan, 2008: 71).

g. Framing

Konsep framing sering digunakan untuk menggambar peoses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isi

tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dari isu yang lain (Nuroho, Eriyanto, Sudiarsis, 1999: 20) Gagasan tentang framing pertama kali dilontarkan oleh Baterson tahun 1955 (Sobur, 2002: 161). Mulanya frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisasi pandangan politik, kebijakan dan wacana serta yang menyediakan keategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada 1974, yang mengandaikan frame sebagai kepingan-kepingan perilaku (strips of behavior) yang membimbing individu dalam realitas (Sobur, 2002: 162)

Ada beberapa defenisi mengenai framing dari beberapa peneliti. Robert M. Entman lebih lanjut mendefinisikan framing sebagai “seleksi dari berbagai aspek realitas yang diterima dan membuat peristiwa itu lebih menonjol dalam suatu teks komunikasi, dalam banyak hal itu berarti menyajikan secara khusus definisi terhadap masalah, interpretasi sabagai akibat, evaluasi moral dan tawaran penyelesaian sebagaimana masalah itu digambarkan”. Pan dan Kosicki mendefinasi framing sebagai strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa dan dihubungkan dengan rutinitas dan konversi penentuan berita (Eriyanto, 2002: 68).

Pan dan Kosicki menyatakan bahwa terdapat dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan (Eriyanto, 2002: 252). Pertama, dalam konsepsi psikologi yaitu bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya serta bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Kedua, konsepsi sosiologis yaitu bagaimana individu menafsirkan suatu peristiwa melalui cara pandang tertentu. Bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya (Eriyanto, 2002: 253).

Proses pembentukan dan konstruksi realita tersebut hasil akhirnya ada

bagian-bagian tertentu yang ditonjolkan dan ada bagian-bagian yang lain disamarkan atau bahkan dihilangkan. Aspek yang tidak ditonjolkan kemudian akan terlupakan oleh khalayak karena khalayak digiring pada satu realitas yang ditonjolkan oleh media tersebut. Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Di tambah pula dengan berbagai kepentingan, maka konstruksi realitas politik sangat ditentukan oleh siapa yang memiliki kepentingan dengan berita tersebut. Disini media memberikan ruang kepada salah satu realita untuk terus ditonjolkan. Dan ini merupakan sesuatu realita yang direncanakan oleh suatu media untuk ditampilkan. Dalam menampilkan suatu realita ada pertimbangan terkait dengan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan.

Secara selektif media menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkannya. Seperti menyunting bahkan wartawan sendiri memilih mana berita yang disajikan dan mana yang disembunyikan. Dengan demikian media mempunyai kemampuan untuk menstruktur dunia dengan memilah berita tertentu dan mengabaikan yang lain. Media membentuk citra seperti apa yang disajikan oleh media dengan cara menyediakan ruang atau waktu untuk sebuah realitas dengan ruang dan waktu secara tertentu.

Ada dua aspek dalam framing, yaitu:

- 1) Memiliki fakta atau realitas Proses pemilihan fakta adalah berdasarkan asumsi dari wartawan akan memilih bagian mana dari realitas yang akan diberitakan dan bagian mana yang akan dibuang. Setelah itu wartawan akan memilih angle dan fakta tertentu untuk menentukan aspek tertentu akan menghasilkan berita yang berbeda dengan media yang menekankan aspek yang lain.
- 2) Menuliskan fakta Proses ini berhubungan dengan penyajian fakta yang akan dipilih kepada khalayak. Cara penyajian itu meliputi pemilihan kata, kalimat, preposisi, gambar dan foto pendukung yang akan ditampilkan. Tahap menuliskan fakta itu berhubungan dengan penonjolan realitas. Aspek tertentu yang ingin ditonjolkan akan mendapatkan alokasi dan perhatian

yang lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas (Sobur, 2006: 167).

Menurut Zhongdan dan Pan Konsicki Sebagai konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita (Eriyanto, 2002: 68).

Framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut, menurut Pan dan Konsicki ada dua konsep dari framing yang saling berkaitan, yaitu konsep psikologis dan konsep sosiologis yaitu :

- 1) Dalam konsep psikologis, framing dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang. Elemen-elemen yang diseleksi itu menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan seseorang saat membuat keputusan tentang realitas.
- 2) Sedangkan konsep sosiologis framing dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalamannya untuk mengerti dirinya dan realitas diluar dirinya Dalam Zhondhang Pan Dan Gerald M Kosicki, kedua konsep tersebut diintegrasikan. Secara umum konsepsi psikologis melihat frame sebagai persoalan internal pikiran seseorang, dan konsepsi sosiologis melihat frame dari sisi lingkungan sosial yang dikonstruksi seseorang.

Menurut Etnman, framing berita dapat dilakukan dengan empat teknik, yakni pertama, problem identifications yaitu peristiwa dilihat sebagai apa dan nilai positif atau negatif apa, causal interpretations yaitu identifikasi penyebab masalah siapa yang dianggap penyebab masalah, treatment recommendations yaitu menawarkan suatu cara penanggulangan masalah dan kadang memprediksikan

penanggulannya, moral evaluations yaitu evaluasi moral penilaian atas penyebab masalah (Sobur 2006: 172). Menurut (2002) menyebutkan dalam model Zhongdan Pan Konsicki, dibagi dalam empat struktur besar, yaitu:

a) Sintaksis

Adalah cara wartawan dalam penyusunan peristiwa dalam bentuk susunan umum berita. Struktur sintaksi memiliki perangkat, yaitu:

- 1) Headline merupakan berita yang dijadikan topik utama oleh media
- 2) Lead (teras berita) merupakan paragraf pembuka dari sebuah berita yang biasanya mengandung kepentingan lebih tinggi. Struktur ini sangat tergantung pada ideologi penulis terhadap peristiwa.
- 3) Latar informasi
- 4) Kutipan
- 5) Sumber
- 6) Pernyataan

b) Skrip

Adalah cara wartawan mengisahkan fakta atau bagaimana wartawan menceritakan peristiwa ke dalam berita. Struktur skrip memfokuskan perangkat framing pada kelengkapan berita:

1. What (apa)
2. When (kapan)
3. Who (siapa)
4. Where (di mana)
5. Why (mengapa)
6. How (bagaimana)

c.) Tematik

Adalah cara wartawan menulis fakta atau bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau antar hubungan hubungan kalimat yang memberntuk tekssecara keseluruhan. Struktur tematik mempunyai perangkat framing, yaitu antara lain:

1. Detail

2. Maksud dan hubungan kalimat
3. Nominalisasi antar kalimat
4. Koherensi
5. Bentuk kalimat
6. Kata ganti, Unit yang diamati adalah paragraf atau proposisi

d) Retoris

Adalah cara wartawan menekankan fakta, bagaimana menekankan arti tertentu dalam suatu berita. Struktur retorik mempunyai perangkat framing:

1. Leksikon/pilihan kata. Perangkat ini merupakan penekanan terhadap sesuatu yang penting.
2. Grafis
3. Metafor
4. Pengandaian. Unit yang diamati adalah kata, idiom, gambar/foto, dan grafis

Secara teknis, tidak mungkin bagi seorang jurnalis untuk men-framing seluruh bagian berita. Artinya, hanya bagian dari kejadian-kejadian (happening). penting dalam sebuah berita saja yang menjadi objek framing jurnalis. Namun, bagian-bagian kejadian penting ini sendiri merupakan salah satu aspek yang sangat ingin diketahui khalayak. Aspek lainnya adalah peristiwa atau ide yang diberitakan (Qodari, 2000: 19).

h. Politik

Politik ialah seni membujuk orang lain, seni mempertahankan dan memperoleh kekuasaan, dan seni memberlakukan undang-undang dan peraturan. Politik juga merupakan alat yang paling penting untuk memobilisasi perang, yang menunjukkan bahwasannya ancaman politik dapat menggoyahkan rezim yang memerintah dan bahkan membawa kehancuran suatu bangsa.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pemikiran tentang politik adalah informasi tentang organisasi negara seperti pengaturan pemerintahan, premis pemerintahan). Pemahaman politik disebut juga semua usaha dan kegiatan (strategi, strategi, dll) sehubungan dengan otoritas publik suatu bangsa atau terhadap negara yang berbeda.

Gabriel A. Almond. Yang dimaksud dengan politik adalah gerakan yang terkait dengan kontrol dinamika publik dalam jaringan tertentu di daerah tertentu, di mana kontrol ini ditegakkan melalui instrumen yang bersifat definitif dan koersif.

Hipotesis klasik Aristoteles. pemahaman politik adalah pekerjaan yang dilakukan oleh warga untuk memahami manfaat semua.

Miriam Budiardjo. Memahami masalah politik adalah berbagai kegiatan dalam kerangka politik (negara) yang mencakup cara paling umum untuk menentukan tujuan kerangka dan melaksanakan tujuan tersebut.

Ramlan Surbakti. Yang dimaksud dengan politik adalah hubungan antara otoritas publik dan masyarakat dalam hal menetapkan dan melaksanakan pilihan-pilihan yang membatasi dalam rangka kemaslahatan semua individu yang berdomisili di suatu wilayah tertentu.

Andrey Heywood, di sisi lain menegaskan bahwasannya politik hanya dapat didefinisikan sebagai aktivitas suatu negara yang berusaha untuk mengembangkan, melestarikan, dan mengubah norma-norma luas yang mengatur keberadaannya, yang menyiratkan bahwasannya ia tidak dapat dipisahkan dari gejala konflik, dan kolaborasi.¹⁴ Dengan definisi tersebut, Andrew Heywood secara tersirat mengungkapkan bahwa masyarakat politik (polity) dalam proses interaksi pembuatan keputusan publik juga tidak lepas dari konflik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok lainnya. Dengan kata lain, masing-masing kelompok saling

¹⁴<https://hot.liputan6.com/read/4682885/pengertian-politik-menurut-para-ahli-konsep-dan-contoh-perilakunya>

mempengaruhi agar suatu keputusan publik yang disepakati sesuai dengan kepentingan kelompok tertentu. Konflik dan kerja sama dalam suatu proses pembuatan keputusan publik adalah satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan sebagai bagian dari proses interaksi antar kepentingan. Aspirasi dan kepentingan setiap kelompok dan individu dalam masyarakat tidak selalu sama, melainkan berbeda bahkan dalam banyak hal bertentangan satu sama lain.⁵⁶ Oleh sebab itu, sebuah kelaziman apabila dalam realitas sehari-hari sering dijumpai aktivitas politik yang tidak terpuji dilakukan oleh kelompok politik tertentu demi mencapai tujuan yang mereka cita-citakan. Peter Merkl mengatakan bahwa politik dalam bentuk yang paling buruk, adalah perebutan kekuasaan, kedudukan, dan kekayaan untuk kepentingan diri-sendiri (politics at its worst is a selfish grab for power, glory, dan riches).¹⁵



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II
KAJIAN TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian Terdahulu	Hasil Temuan
1	Aris Santoso, Persepsi Mahasiswa Terhadap Program TalkShow Mata Najwa di Metro TV (Study	Berdasarkan opini siswa terhadap talk show Mata Najwa di Metro TV periode 18 November 2015–15 Maret 2016, sikap siswa secara umum positif, dengan skor rata-rata 3,22 dari lima poin untuk periode 18 November 2015–15

¹⁵ Peter Merkl dalam Budiardjo Miriam. 2007. Dasar-Dasar Ilmu Politik. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 56

	<p>Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa LPM Pabelan UMS Terhadap Mata Najwa Periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016).¹⁶</p>	<p>Maret 2016. Jika dibandingkan dengan dimensi lainnya, dimensi waktu siaran, dengan rata-rata 3,27 dalam kategori sangat positif, ialah yang paling signifikan dari semuanya, sedangkan dimensi pembawa acara, dengan rata-rata 3,19 dalam kategori positif, ialah yang paling signifikan. paling tidak signifikan dari semuanya. Mata Najwa merupakan program acara diskusi yang sangat bagus, Bersumber dari, penilaian ini, dikarenakan sama sekali tidak terpengaruh oleh isu politik.</p>
2	<p>Alfrini Tekkay, Meity Himpong, Ridwan Papatungan, <i>Persepsi masyarakat tentang Talkshow Mata Najwa di metro tv dengan objek penelitian pada masyarakat bahu kecamatan Malalayang.</i>¹⁷</p>	<p>Warga Distrik Bahu berbagi pandangan tentang debat Mata Najwa yang memberikan citra positif pada acara tersebut. Dikarenakan daya tarik dan relevansinya, program diskusi Mata Najwa berpotensi mempengaruhi interpretasi masyarakat terhadap pesan yang terkandung dalam setiap episode yang ditayangkan di televisi. Salah satu fitur paling berharga dari program ini ialah kemampuannya untuk menjaga reputasi jurnalis sambil juga memberikan contoh kepada pemirsa berdasarkan teori kritik media yang dapat mereka gunakan untuk mempraktikkan pemikiran kritis dalam kehidupan sehari-hari mereka.</p>
3.	<p>Saifuddin Zuhri, <i>Menakar respon pengguna instagram terhadap program "Mata Najwa" melalui sisi dan pandang politik.</i>¹⁸</p>	<p>Dengan lebih dari satu juta pengikut di Instagram, kampanye Mata Najwa telah terbukti menjadi alat pemasaran yang hebat bagi organisasi. Mata Najwa, Bersumber dari, 368 balasan, ataupun 96 persen dari total, ialah acara televisi yang mengajarkan banyak topik kepada pemirsanya. Banyak pengguna Instagram percaya bahwasannya foto-foto Mata Najwa menghibur dan mendidik dan harus diikuti.</p>

¹⁶Aris Santoso, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Program TalkShow Mata Najwa di Metro TV (Study Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa LPM Pabelan UMS Terhadap Mata Najwa Periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016)*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika UNY 2016.

¹⁷Alfrini Tekkay, Meity Himpong, Ridwan Papatungan, *Persepsi masyarakat tentang Talkshow Mata Najwa di metro tv dengan objek penelitian pada masyarakat bahu kecamatan Malalayang*

¹⁸Saifuddin Zuhri, *Menakar respon pengguna instagram terhadap program "Mata Najwa" melalui sisi dan pandang politik*, Jawa Timur 2021

4	<p>Nur Fadillah, Persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar pada siaran talkshow Mata Najwa di Metro TV.¹⁹</p>	<p>Di sisi lain, adanya perbedaan pendapat di antara beberapa informan yang diteliti dalam hal kesan lingkungan fisik dibandingkan dengan persepsi lingkungan sosial, yang menjadi sumber kebingungan bagi peneliti. Dikarenakan itu, pemilihan narasumber Mata Najwa untuk program diskusi menjadi lebih luas, dengan kualitas inspiratif dari berbagai aspek kehidupan pembicara lebih diutamakan di atas pertimbangan lain dalam pemilihan pembicara.</p> <p>Ketika siswa mendengarkan program bincang-bincang di televisi, mereka terutama dimotivasi oleh keinginan untuk memperoleh akses ke berbagai sumber daya pendidikan yang sangat baik serta kesadaran akan realitas kehidupan publik seperti yang terlihat melalui mata selebritas dan tokoh publik tertentu.</p>
5.	<p>Ayu Elvira A, Persepsi Penonton Terhadap Tayangan Program Talk Show “Rumah Uya” di Trans 7 (Studi pada masyarakat desa Penyandingan kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI)</p>	<p>Persepsi masyarakat Desa Pengandingan Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten OKI yang dipegang oleh khalayak termasuk dalam kategori cukup positif dikarenakan persentase responden yang setuju ataupun sangat setuju dengan pernyataan mencapai 66 persen ataupun kurang lebih 55 responden yang menjawab pernyataan tersebut. Berdasarkan perhitungan regresi linier sederhana dengan SPSS 22 antara program talk show Rumah Uya di Trans 7 (X) dan persepsi Desa Pengandingan (Y), didapatkan hasil bahwasannya nilai $t = 2,197$, nilai signifikansi $0,031$, dan tingkat signifikansinya ialah 5 persen ataupun $0,05$ untuk persepsi khalayak tentang Desa Pengandingan. Hal ini menunjukkan bahwasannya ada hubungan yang signifikan secara statistik antara variabel X dan variabel Y.</p>
6	<p>Lasari Nur F, Respon Santri terhadap Isi Tayangan Mata Najwa Episode Politik</p>	<p>Sebagai konsekuensi dari melihat Trans 7, episode politik perempuan, reaksi terhadap Mata Najwa, episode politik perempuan, dapat didefinisikan memiliki sikap yang baik</p>

¹⁹Nur Fadillah, *Persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar pada siaran talkshow Mata Najwa di Metro TV, 2016*

	Perempuan di Trans 7 (Studi Pada Santri Asrama Al- Hikmah Yayasan Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta). ²⁰	terhadap episode politik perempuan pada umumnya dan Trans 7 secara khusus. Santi mengungkapkan membutuhkan program seperti Mata Najwa, dengan topik yang dipilih untuk setiap episode, dan keprihatinan yang dibahas di setiap episode, serta pemilihan Mata Najwa sebagai tema aktivisme politik perempuan, membantu menciptakan gambarini.
--	--	--

7	Elma Lisa B, <i>Persepsi Pers Mahasiswa USU mengenai Pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Pemberitaan Di Metro Tv dan Tv One).</i> ²¹	Bukan tidak mungkin dikarenakan pemberitaan Ahok di jaringan televisi seperti TV One dan Metro TV dipengaruhi oleh filosofi dan afiliasi politik pemilik media. Dalam hal menyajikan berita tentang Ahok, tiga dari lima informan menilai Metro TV lebih baik. Mereka juga mengatakan bahwasannya liputan Ahok di Metro TV memiliki nilai kebenaran yang tinggi bagi orang-orang yang tidak terlalu paham dengan bidang media dan yang tidak terlalu kritis terhadap apa yang mereka lihat. Dalam sudut pandang pers mahasiswa, ada unsur internal dan eksternal yang mempengaruhi persepsi. Unsur internal seperti pengalaman informan sebelumnya di ranah jurnalistik dan pemberitaan, yang memungkinkan mereka memahami teori pemberitaan dan penggunaan framing dalam pemberitaan Ahok di TV One dan Metro TV, menjadi pertimbangan.
---	--	--

²⁰Lasari Nur F, “Respon Santri terhadap Isi Tayangan Mata Najwa Episode Politik Perempuan di Trans 7 (Studi Pada Santri Asrama Al-Hikmah Yayasan Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta).2019.

²¹Elma Lisa B, *Persepsi Pers Mahasiswa USU mengenai Pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Pemberitaan Di Metro Tv dan Tv One).*Universitas Sumut.2017.

8	Benedicta Ika E, <i>Persepsi Pemirsa Televisi Terhadap Citra Najwa Shihab sebagai Presenter Talkshow Mata Najwa</i> . ²²	Persepsi ialah seperangkat hasil akhir yang dihasilkan oleh proses rangsangan (stimuli), seleksi, penutupan, dan interpretasi, yang berpuncak pada pembentukan persepsi pada kesimpulan proses. Najwa Shihab dirangkai oleh masing-masing individu dalam talk show Mata Najwa dengan menyusun komponen-komponen talk show, seperti jenis talk show, komponen talk show, kredibilitas stasiun televisi, komunikasi verbal, dan verbal. komunikasi, yang semuanya bergabung membentuk Najwa Shihab.
9	Imam Baehaqi, <i>Analisis Wacana Kritis Terhadap Episode “Mata Najwa Menanti Terawan” Di Tv Trans 7</i> .	Teks tersebut, pertama-tama, dapat dipahami dari segi analisis teks, dengan penekanan pada sikap pasif dan desakan pengunduran diri Menteri Terawan. Hal ini berdasarkan undangan yang tidak ditanggapi, dan kehadiran Menteri Terawan membuat Tim Najwa Shihab tetap bersiaran dengan kursi kosong meski Menteri Kesehatan sudah hadir. Kedua, dalam hal analisis sosial, dua aspek utama yang mendasari analisis sosial: pelaksanaan kekuasaan dan ketersediaan informasi.
10	Agnes Amanda, <i>Persepsi, Motivasi, dan Penggunaan Media (Studi Korelasi Antara Persepsi, Motivasi dan Penggunaan Media Pada Tayangan Berita Metro TV di</i>	Konsumsi media (kebiasaan mengkonsumsi dan menonton program berita Metro TV) dan tayangan siaran berita di Metro TV terbukti memiliki hubungan yang positif dan langsung secara substansial. Ada jumlah asosiasi yang signifikan secara statistik.
	<i>Kalangan Mahasiswa S1 Reguler Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNS Angkatan 2008/2009 – 2011/2012</i>). ²³	

²²Benedicta Ika E, *Persepsi Pemirsa Televisi Terhadap Citra Najwa Shihab sebagai Presenter Talkshow Mata Najwa*. Malang. 2019.

²³Agnes Amanda, *Persepsi, Motivasi, dan Penggunaan Media (Studi Korelasi Antara Persepsi, Motivasi dan Penggunaan Media Pada Tayangan Berita Metro TV di Kalangan Mahasiswa S1 Reguler Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNS Angkatan 2008/2009 – 2011/2012)*.

Semua penelitian yang telah dilakukan memiliki keunikan dalam beberapa hal, dan hasilnya semuanya berbeda. Perbedaan paling signifikan diantara penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan ialah tujuan dan topik penelitian, yang keduanya berbeda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dan dilakukan melalui penggunaan fungsi Interview Guide (Google Form). Melalui pendeskripsian kualitas jurnalisme warga pada program Mata Najwa, seperti yang terlihat oleh informan. Penyelidikan ini digambarkan seperti dilakukan pada benda-benda alam— yaitu benda-benda yang berevolusi dalam keadaan alamiahnya; para peneliti tidak mempengaruhi dinamika benda-benda tersebut. Diputuskan untuk melaksanakan penelitian ini secara online dengan menggunakan interview guide agar dapat memudahkan informan saat hendak di wawancara dan mengingat saat ini kita masih dalam masa pandemi yang sangat dianjurkan untuk melaksanakan aktivitas online.

B. Kerangka Teori

1. Uses And Gratification Theory

Teori kegunaan dan kepuasan sebagai penelitian paling terkenal dalam penggunaan komunikasi massa. Penelitian ini mengusulkan kemungkinan bahwa perbedaan tunggal membuat orang banyak mencari, menggunakan, dan menjawab konten media secara kontras karena perbedaan elemen sosial dan psikologis yang berbeda diantara orang banyak secara individu. Penelitian penggunaan dan kepuasan memusatkan pertimbangan di sekitar orang banyak sebagai pembeli komunikasi luas, serta bukan pada pesan yang disampaikannya. Hipotesis ini berpendapat bahwasannya massa dalam memanfaatkan media sifatnya objektif, dinamis, dan bias. Khalayak diputuskan untuk mengetahui kebutuhannya dan untuk menyadari dan bertanggung jawab atas pemilihan media yang bisa mengatasi masalah mereka.²⁴

²⁴Morissan.2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup. 508

Penelitian penggunaan dan kepuasan masuk akal tentang kapan dan bagaimana orang banyak sebagai pelanggan media menjadi sangat dinamis dalam memanfaatkan media dan hasil ataupun hasil dari penggunaan media tersebut. Dalam sudut pandang hipotesis tujuan dan kepuasan massa dipandang sebagai anggota yang berfungsi dalam siklus komunikasi, tetapi tingkat tindakan tiap seseorang bukanlah sesuatu yang serupa. Pemanfaatan media didukung oleh kebutuhan dan tujuan yang tidak sepenuhnya ditentukan oleh khalayak yang sebenarnya, hipotesis tujuan dan kepuasan masuk akal tentang kapan dan bagaimana khalayak sebagai pelanggan media ternyata cukup dinamis dalam memanfaatkan media dan hasil atau hasil dari pemanfaatan media.²⁵

Penelitian ini dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Hipotesis ini mengatakan bahwa klien media mengambil bagian yang berfungsi dalam memilih dan memanfaatkan media. Klien media berusaha menemukan sumber media terbaik dengan tujuan akhir untuk mengatasi permasalahannya. Artinya, tujuan dan hipotesis kepuasan menerima bahwa klien memiliki keputusan elektif untuk memenuhi kebutuhan.²⁶

Ada 5 asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan, yaitu:²⁷

1. Khalayak bersifat dinamis serta pemanfaatan media diatur secara objektif.
2. Dorongan untuk menghubungkan persyaratan kepuasan dengan keputusan media tertentu bergantung pada individu khalayak.
3. Media bersaing dengan sumber kebutuhannya yang berbeda.
4. Individu mempunyai kesadaran yang memadai tentang pemanfaatan media, minat, niat, untuk memberi gambaran yang tepat kepada ilmuwan.
5. Pilihan nilai tentang bagaimana orang banyak menghubungkan kebutuhan

²⁵ Ibid 509

²⁶ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT. RajaGrafindoPersada), 191-192

²⁷ Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018), 298-299

mereka dengan media atau konten tertentu harus ditunda.

Tujuan penelitian dari gagasan orang banyak yang dinamis dalam mengkonsumsi media maka mereka bisa secara khusus menemukan pesan media yang dimaksudkan untuk mengatasi masalah orang banyak. Pemilihan media oleh masyarakat merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhannya dalam menghasilkan data. Orang banyak mengkonsumsi media yang didukung oleh niat khusus untuk memenuhi kebutuhan mereka. Intisari hipotesis tujuan dan kesenangan sebenarnya ialah penentuan media kepada khalayak berdasarkan kebutuhan, kepuasan, keinginan, ataupun proses berpikir. Pada dasarnya, komunikasi, terutama dalam komunikasi yang luas, tidak memiliki kemampuan untuk mempengaruhi orang banyak. Hipotesis ini menerima bahwa massa bersifat dinamis dan spesifik dalam memilih media, memunculkan proses berpikir dalam memanfaatkan media dan terpenuhinya proses berpikir tersebut.

Khalayak mempunyai berbagai alasan dan upaya dalam mencapai tujuan tertentu sambil memanfaatkan media. Mcquail dan rekan merekomendasikan empat motivasi di balik mengapa orang banyak menggunakan media, khususnya :²⁸

- a. Disversion, yaitu menjauh dari jadwal ataupun kegiatan kesehariannya
- b. Koneksi individu terjadi saat individu memanfaatkan media sebagai pengganti teman.
- c. Karakter individu, sebagai pendekatan untuk memperkuat kualitas individu.
- d. Reconnaissance (pengamatan), menjadi data spesifik tentang bagaimana media membantu orang meraih harapannya.

Dampak yang timbul dari keramaian, misalnya perasaan dan tingkah laku bisa dioperasionalkan sebagai penilaian atas kemampuan media dalam memberi kepuasan. Pendekatan tujuan dan kepuasan difokuskan pada orang banyak yang menganggap berfungsi dan bagian tertentu dalam memilih serta memanfaatkan media sesuai kebutuhan mereka. Khalayak telah menemukan media mana yang

²⁸ Richard West dan Lynn H. Tunner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Buku 1 Edisi 3*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), 105

berdasarkan kebutuhan mereka, sebagai gambaran asli dari upaya untuk memenuhi kebutuhan yang ditunjukkan oleh proses berpikir mereka. Khalayak secara efektif memilih media karena fakta bahwa setiap klien mempunyai tingkat penggunaan media yang berbeda. Pendekatan ini tentu saja mempunyai maksud menyelidiki proses-proses berpikir yang mendorong seseorang dalam memanfaatkan media.

Katz, Blumler dan Gurevitch menyatakan bahwa terdapat lima asumsi dasar teori kegunaan dan gratifikasi yaitu :

- i. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
- j. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak.
- k. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.
- l. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti.
- m. Penilaian mengenai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.²⁹

Orang aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memuaskan kebutuhan tertentu. Teori ini melihat media mempunyai pengaruh terbatas karena pengguna mampu memilih dan mengendalikan. Orang memiliki kesadaran diri, dan mereka mampu memahami dan menyatakan alasan mereka menggunakan media. Mereka melihat media sebagai salah satu cara untuk memuaskan kebutuhan yang mereka miliki.

Motif merupakan dorongan yang menggerakkan seseorang bertingkah laku dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia. Motif juga dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Khalayak atau audiens mengonsumsi media karena adanya dorongan dalam diri mereka untuk memenuhi kebutuhan. Aktivitas tersebut dilakukan dengan berbagai cara. Pada saat ini lebih banyak yang mengakses YouTube untuk memenuhi motif informasi serta

²⁹<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1840/3/bab%202.pdf>

kesenangan dalam pemenuhan kebutuhan.

McQuail dan koleganya mengidentifikasi beberapa cara untuk mengklasifikasi kebutuhan dan kepuasan khalayak. Konsepsi dasar dari uses and gratifications datang dari Elihu Katz yang mengenalkan istilah uses and gratification approach pada tahun 1959. Katz berpendapat bahwa penelitian tentang media tidak lagi bertumpu pada apa yang media lakukan terhadap khalayak namun lebih menekankan kepada apa yang dilakukan oleh khalayak terhadap media. Menurut pencetusnya, Elihu Katz, Jay G. Blumer dan Michael G (1974), cakupan pendekatan uses and gratification meliputi :

- a. Asal usul kebutuhan.
- b. Kebutuhan sosial dan psikologis.
- c. Pengharapan yang timbul akibat kebutuhan sosial dan psikologis.
- d. Media massa atau sumber-sumber lainnya yang digunakan.
- e. Perbedaan pola terpaan media akibat keterlibatan dalam aktivitas lain.
- f. Timbulnya pemenuhan kebutuhan.
- g. Timbulnya akibat-akibat yang mungkin tidak direncanakan.

Dapat dikatakan bahwa yang menjadi alasan mengapa khalayak menggunakan media adalah kondisi sosial psikologis yang dirasakan sebagai masalah oleh khalayak dan media digunakan oleh khalayak untuk mengatasi berbagai masalah tersebut. Klasifikasi kategori motif menurut McQuail (1972) yang berasal dari penggunaan media mencakup :

1. Pengalihan (diversion), melibatkan pelarian diri dari rutinitas dan permasalahan.
2. Hubungan personal (personal relationship), melibatkan penggunaan media sebagai pengganti teman.
3. Identitas sosial (personal identity), melibatkan cara-cara untuk menekankan nilai-nilai individu.
4. Pengawasan (surveillance) / informasi, melibatkan pengumpulan informasi yang dibutuhkan.

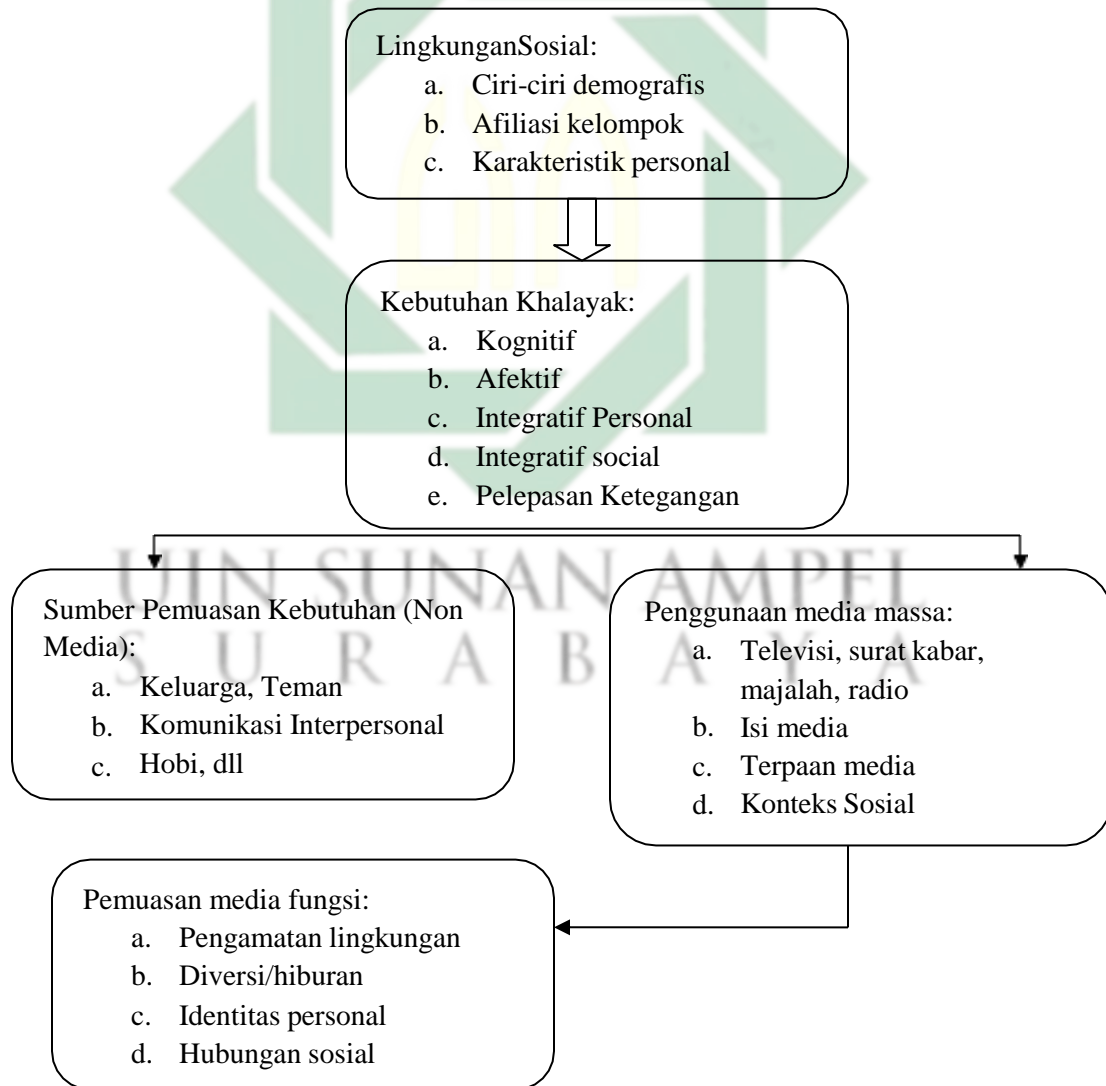
Dimensi dalam motif yang digunakan peneliti untuk melakukan analisis dalam

penelitian ini merupakan teori dari McQuail. Motif pertama adalah motif informasi (surveillance), motif kedua adalah motif identitas pribadi (personal identity), motif ketiga adalah motif integrasi dan interaksi sosial (personal relationship), dan motif yang terakhir adalah motif hiburan (diversion).

Menurut McQuail, kepuasan dikategorikan sebagai kepuasan informasi dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan informasi apabila mereka dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat. Selain itu mereka dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia, dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat, dapat memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan. Kedua, yaitu kepuasan identitas pribadi dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan identitas pribadi apabila mereka dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi seseorang, dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media dan dapat memperoleh nilai lebih sebagai mahasiswa, (Miller,2007:24).

Ketiga, kepuasan integrasi dan interaksi sosial dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan integritas dan interaksi sosial apabila mereka memperoleh pengetahuan yang kenaan dengan empati sosial, dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya, dapat menjalankan peran sosial, memiliki keinginan untuk dekat dengan orang lain, dan keinginan untuk dihargai oleh orang lain. Keempat, kepuasan hiburan dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan hiburan apabila mereka dapat melepaskan diri dari permasalahan, dapat bersantai dan mengisi waktu luang, dapat menyalurkan emosi dan mendapatkan hiburan (Miller,2007:25).

Alur Uses And Gratification



Sumber: Nuruddin, Pengantar Komunikasi Massa (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2007), hal.193

- Kognitif : Yang dimaksud dengan reaksi psikologisialah reaksi yang erat kaitannya dengan informasi kemampuan dan data seseorang tentang sesuatu. Reaksi ini muncul ketika ada penyesuaian terhadap apa yang digambarkan oleh orang banyak.
- Afektif : yang dimaksud dengan reaksi penuh perasaan adalah reaksi yang berhubungan dengan perasaan, pandangan, dan penilaian seseorang terhadap sesuatu.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dilihat dari focus penelitiannya dan perspektif sistemik, jenis penelitian menggunakan penelitian kualitatif yang disusun di lapangan (field research).³⁰ Menurut Burhan Bungin, pemeriksaan kualitatif semacam ini tergantung dalam pandangan dunia fenomenologis abstrak, yang menonjolkan perkembangan penggambaran dari induktif ke deduktif ataupun dari informasi ke hipotesis.³¹

Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong, mereka berpendapat metode kualitatif ialah teknik pemeriksaan yang menghasilkan informasi menarik sebagai kata-kata yang dirancang dan diungkapkan dari individunya serta perilaku yang diperhatikan.³²

Sebagaimana dikemukakan oleh Prof. Dr. Sugiyono Teknik pemeriksaan kualitatif dikenal sebagai strategi lain, karena sifatnya yang baru di mana-mana, disebut teknik postpositivistik karena bergantung pada cara berpikir

³⁰ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Cet 1; Yogyakarta: Gajah Mada University Pers, 2006), h. 121

³¹ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Cet. 2; Jakarta: Prenada Media Group, 2008) h. 3- 28. Lihat juga Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Komunikasi; Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Paraktis* (Cet. 1; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007).

³² Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. 15; Bandung: Rosdakarya, 2001), h. 3.

postpositivisme. Strategi ini juga disebut teknik imajinatif, karena siklus penelitian lebih kreatif, dan disebut sebagai teknik interpretatif karena informasi pemeriksaan lebih terkait dengan penerjemahan terhadap data yang ditentukan di lapangan.³³

Menurut Poerwandari, pemeriksaan kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan dan mengolah data yang bersifat deskriptif, misalnya catatan wawancara, lapangan, video, gambar, dan lainnya. Penelitian kualitatif mempunyai maksud mendapatkan pengetahuan mengenai realitas sosial menurut sudut pandang anggota ini sebelumnya tidak ditentukan, namun didapat setelah menganalisa realitas sosial yang menjadi titik fokus penelitian. Dari analisa tersebut lalu ditarik kesimpulannya pada jenis pemahaman umum teoretis tentang realitas saat ini.

Penelitian deskriptif kualitatif ialah penelitian yang dikembang untuk jenis pemeriksaan kualitatif. Alasan pemeriksaan ini adalah untuk mengungkap realitas, kondisi, peristiwa, faktor dan kondisi yang terjadi selama penelitian serta menyajikan apa adanya. Penelitian kualitatif yang pasti menguraikan dan menggambarkan informasi yang terkait dengan keadaan yang sedang berlangsung, perspektif yang terjadi di mata publik, inkonsistensi logis dari 2 kondisi, hubungan antar variabel, kontras antara kenyataan, dampak pada suatu kondisi, dan lainnya. Masalah yang dipenelitian dan diperiksa dengan penelitian kualitatif mengacu pada pemeriksaan kuantitatif, komparatif, dan juga bisa menjadi penyelidikan korelasional satu komponen dengan komponen yang berbeda. Biasanya gerakan pemeriksaan ini mencakup pengumpulan informasi, analisa data, penyajian data, dan penyelesaian dengan tujuan yang mengacu pada penganalisaan data.³⁴

Penelitian kualitatif diarahkan untuk mencari tahu fenomena sosial menurut perspektif atau sudut pandang anggota, dan ditujukan untuk menciptakan hipotesis. Penelitian kualitatif dipimpin dalam keadaan biasa dan peneliti adalah instrumen kunci. Penelitian kualitatif dipilih karena dinilai relevan sebagai strategi penelitian untuk memecahkan persoalan terkait reaksi kelompok masyarakat PKS (Partai

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2011, h.7

³⁴ www.informasi-pendidikan.com › Informasi Pendidikan, 21 Mei 2022, Jam 03.20 WIB.

Keadilan Sejahtera) Muda Surabaya.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi

Lokasi penelitian ialah tempat untuk diadakan suatu penelitian. Penulis memilih di Kantor DPD PKS Kota Surabaya, Jawa Timur. Penulis mengambil lokasi penelitian tersebut karena berfokus pada komunitas dari partai PKS itu sendiri yakni Komunitas PKS Muda Kota Surabaya guna mempermudah penulis dalam proses mencari informasi yang sukses dan tepat karena adanya kebesaran. Untuk mendapatkan informasi yang benar, penting untuk menentukan informan-informan yang mempunyai kemampuan dan berdasarkan kebutuhan informasi dari sumber penelitian yang dipilih dengan pemeriksaan secara purposive. Oleh sebab itu, sumber dari penelitian ini adalah informan dan data serta masukannya dalam menjawab penelitian. Informan kunci yang relevan terhadap program Mata Najwa dan memiliki pengetahuan yaitu Ketua Komunitas PKS Muda Kota Surabaya.

b. Waktu Penelitian

Studi ini akan selesai ataupun dijadwalkan dalam waktu sekitar 2 bulan, dimulai pada Desember 2020 dan berlanjut hingga Januari 2021 atau kondisional.

C. Pemilihan Subjek Penelitian

Subjek penelitian menurut Suharsimi Arikonto tahun (2016: 26) memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang di permasalahan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang penelitian amati.

Pada penelitian kualitatif responden atau subjek penelitian disebut dengan istilah informan, yaitu orang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah informan kunci, yaitu Jovan Koswara sebagai Owner

Phillip Works, dua informan ahli dalam analisis semiotika yaitu Bapak Ferry Darmawan, S.Sos.,M.Ds dan Odjie dan konsumen dari Brand Phillip Works di Kota Bandung.

Peneliti memilih komunitas PKS (Partai Keadilan Sejahtera) Muda Surabaya yang dianggap peneliti adalah salah satu komunitas yang dibentuk berdasarkan interesting dan keminatan pada suatu hal tertentu, di dalam situasi ini, si komunitas memiliki ketertarikan dengan politik.

Sebelum menentukan informan, peneliti melakukan pemilihan terhadap anggota dari komunitas PKS Muda Surabaya yang menjadi sumber informasi dalam ulasan ini. Informan-informan yang dipilih melalui teknik-teknik khusus yang juga mempunyai kualitas tertentu, jelas serta lengkap yang dapat dipandang sebagai gambaran masyarakat, terutama yang pertama dan terutama menyukai acara tersebut, juga telah beberapa kali menonton acara televisi Mata Najwa di suatu tempat. Jumlah keterangan informan dicatat di bagian referensi. Prosedur yang digunakan dalam memilih informan adalah wawancara, tidak seluruhnya ditetapkan berdasarkan pertimbangan tertentu.³⁵

Dasar pertimbangan yang dimaksud adalah:

- a. memutuskan atau mengenali sumber yang memahami masalah,
- b. memutuskan sumber-sumber yang diperlukan sebagai pokok persoalan,
- c. mengkonsolidasikan atau melihat informan yang tidak menganalisa peristiwa menurut sudut pandang mereka.

No	Nama	Usia	Jabatan	No Telp	Email
1	Moch. Redza K	31	Ketua	087851260878	-
2	Putra M. Kanofi	32	PIC Media	085330146624	Putera.mkanofi@gmail.com
3	Vicky Fina	24	Sekretaris/Admin	085964369375	Vickyfina26@gmail.co

³⁵ Pawito, Penelitian Komunikasi Kualitatif, 88.

					m
4	Yunnus	33	PIC muda sport	082228863566	Yunnusromadhon09@gmail.com
5	Nafi M	24	Anggota	087794413390	nafimasyurfb@gmail.com
6	Syafiq Zuhdi	20	Anggota	081216821380	Syafiqzuhdi2001@gmail.com
7	Majid P	40	Anggota	081259835981	-

D. Tahapan Penelitian

Langkah yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi berbagai kegiatan yang berbeda,

a. Pemilihan dan Analisis Masalah yang hendak diteliti

Dalam penyelidikan ini, tujuannya ialah untuk menemukan solusi untuk masalah tertentu. Akibatnya, langkah pertama dalam setiap proyek penelitian hanyalah mengidentifikasi topik yang akan diselidiki. Isi subjek suatu penelitian dapat disampaikan melalui judul ataupun topik penelitian. Sebuah pemeriksaan menyeluruh dari materi pelajaran yang dipermasalahkan mengungkapkan batas-batas masalah utama, konteks sejarah, dan relevansi, serta sifat dari solusi masalah. Selain itu, diperlukan studi kepustakaan, yang harus memuat kajian-kajian yang berhubungan dengan hasil penelitian yang relevan dengan topik yang akan diteliti. Data penelitian sebelumnya dapat dipergunakan untuk menambah khazanah informasi, ide, dan teori yang terkait permasalahan yang akan diperiksa dengan memasukkannya ke dalam penelitian saat ini. Selain itu, juga dapat memberikan klarifikasi tentang isu-isu yang telah ditangani oleh studi-studi sebelumnya.

b. Penentuan Metodologi Penelitian

Setelah mengidentifikasi subjek ataupun masalah yang akan diselidiki, tahap selanjutnya ialah menentukan teknik yang akan dipergunakan dalam

penelitian ini agar dapat memberikan hasil yang akurat. Pada titik ini, perlu untuk mengidentifikasi format studi yang akan dipergunakan, serta metodologi, sumber, dan instrumen pengumpulan data yang akan dipergunakan, serta pendekatan analisis data yang akan dipergunakan.

c. Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data merupakan tahap ketiga dari pengembangan proyek penelitian ini. Informasi yang dikumpulkan sesuai sumber, metodologi, serta peralatan pengumpulan data yang disajikan pada paruh kedua makalah ini. Langkah ini melibatkan wawancara terhadap responden yang menjadi sumber data penelitian. Bersumber dari, aturan yang ditentukan ataupun dengan mengamati suatu keadaan, peristiwa ataupun setting untuk mengumpulkan informasi.

d. Pengolahan, Analisis dan Interpretasi Data

Setelah data diperoleh dan dikumpulkan, langkah selanjutnya yakni mengolah data ataupun *data processing*. Pengolahan data meliputi penyuntingan data, yaitu tindakan untuk menentukan apakah data sudah terkumpul ataupun belum, sudah terisi seluruhnya ataupun belum, lengkap ataupun tidak lengkapnya, dan ada ataupun tidaknya cara pengisian. itu layak ataupun tidak. Ini dapat ditingkatkan dengan mengumpulkan kembali data untuk memperbaiki kesalahan dalam data asli.

e. Penyusunan Laporan Penelitian

Langkah terakhir melibatkan pembuatan laporan penelitian tentang temuan.

Dikarenakan laporan penelitian ini terdiri dari :

- 1) Peneliti berbicara tentang apa yang diselidiki, bagaimana hal itu diteliti, dan bagaimana temuan itu ditemukan dalam laporan ini dikarenakan memuat;
 - Masalah yang sedang diselidiki.
 - Pendekatan yang dipergunakan,
 - Ada hasil yang ditemukan.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Dalam penelitian, observasi ialah suatu cara pengumpulan data yang melibatkan pengamatan secara seksama ataupun pemeriksaan langsung di lokasi penelitian guna melihat keadaan yang ada ataupun untuk menunjukkan keabsahan suatu rancangan penelitian yang sedang dijalankan. Gerakan ini dilakukan untuk menangani objek yang ditentukan untuk merasakan lalu memahami informasi tentang fenomena berdasarkan informasi dan ide sebelumnya. Ini mengumpulkan data yang signifikan dan bergerak ke interaksi yang mendalam.³⁶

Menurut prof. Dr. Conny R. Semiawan dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Kualitatif”, Observasi ialah bagian dalam pengumpulan data yang artinya data dikumpulkan langsung dari lapangan. Observasi digunakan untuk mendeskripsikan penelitian melalui observasi dengan metode ini, peneliti menilik konflik yang berkaitan dengan pokok pembahasan yang diambil peneliti. Observasi dilakukan guna mengetahui realitas langsung Komunitas PKS Muda Surabaya.³⁷

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan informasi melalui siklus Q & A lisan yang terjadi dalam satu arah, mengartikan pertanyaan berasal dari penanya dan tanggapan diberikan oleh orang yang diwawancarai.³⁸

Menurut Hopkins, wawancara ialah metode untuk mencari tahu situasi tertentu dikelas menurut satu perspektif lagi.

³⁶ Prof. Dr. Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Indeks 2010), 112

³⁷ ibid

³⁸ Abdurrahman Fatoni, 105

Wawancara ialah jenis komunikasi langsung diantara spesialis dan responden. Komunikasi terjadi sebagai tanya jawab pada hubungan dekat dan personal, maka perkembangan dan artikulasi responden sebagai desain media yang melengkapi kata-kata verbal. Strategi pertemuan atau wawancara ialah teknik yang dipakai guna memperoleh informasi dengan cara memimpin pertemuan langsung dengan narasumber. Wawancara yaitu mengarahkan pertanyaan dan jawaban atau penegasan terhadap tes penelitian secara metodis (struktur). Wawancara dicirikan sebagai pendekatan untuk mengumpulkan bahan data yang dilengkapi dengan mengajukan pertanyaan secara lisan, tunggal, tatap muka langsung dan dengan kursus yang telah ditentukan sebelumnya.

Wawancara adalah percakapan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan tanya jawab lisan dan percakapan sehari-hari. Kegunaan instrument rekaman wawancara yaitu untuk mengetahui informasi maupun data untuk penelitian. Wawancara dilakukan dengan informan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan wawancara terstruktur. Yakni wawancara yang dipandu oleh kisi-kisi pertanyaan tertulis yang disiapkan sebelum wawancara/percakapan dilakukan. dipandu dengan kisi-kisi pertanyaan tertulis yang telah disiapkan sebelumnya guna untuk mendapatkan informasi berupa data yang akurat.³⁹

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi, Bersumber dari Sugiyono, ialah suatu cara pengumpulan data melalui penggunaan dokumen, yang pada hakikatnya merupakan catatan peristiwa yang telah terjadi dan dapat berbentuk tulisan, foto, ataupun representasi visual lainnya. Catatan ini dapat mencakup riwayat hidup, biografi, peraturan, dan kebijakan lainnya.⁴⁰

Teknik ini bisa dimaknai sebagai pendekatan pengumpulan informasi dengan menggunakan informasi sebagai buku, catatan (laporan) seperti yang

³⁹ Amir Syamsudin, Pengembangan Instrumen Evaluasi Non Tes Untuk Menjaring Data Kualitatif, *Jurnal Pendidikan Anak*, Volume III edisi 1 tahun 2014

⁴⁰S. Nasution, *Metodelogi Research (Penelitian Ilmiah)*. Bumi Aksara : Jakarta, 2010, 113

digambarkan oleh Sanafiah Faesal yaitu: strategi naratif, sumber data sebagai bahan yang disusun atau dicatat. Dalam strategi ini, petugas pengumpul data hanya memindahkan bahan-bahan penting yang disusun pada lembaran yang sudah diatur untuk mereka dengan tepat.⁴¹Dokumentasi adalah strategi pemilahan informasi dengan memusatkan perhatian pada catatan yang berkaitan dengan informasi responden itu sendiri.⁴²

F. Instrument Penelitian

Tahap awal dari proses penelitian ini adalah peneliti telah membuat draft pertanyaan yang akan diberikan dan diajukan kepada informan untuk mengungkapkan penilaian terkait keseluruhan dari program Mata Najwa. Disisi lain agar data yang didapat makin kuat, para peneliti benar-benar memilih informan yang benar-benar jeli menyaksikan program sindikasi Mata Najwa dan berbicara kepada nara sumber agar tidak ketinggalan tayangan televisi Mata Najwa selama interaksi pemeriksaan.

Terdapat berbagai penjelasan di balik siklus ini yang harus diselesaikan. Untuk memulainya, menjaga validitas data tersebut. Dikarenakan titik fokus dari penelitian ini yaitu pada perspektif dan inspirasi dari audiensi, sumber diharapkan telah atau telah menonton program terlebih dahulu. Dengan demikian validitas penilaian informannya dapat menjadi valid. Kedua, siklus ini menjamin bahwa semua informan mendapatkan bahan evaluasi yang sama. Informan penelitian ini mendapatkan materi rekaman yang sama, oleh karena itu evaluasi yang diberikan oleh setiap informan dapat lebih terarah.

G. Teknik Analisis Data

Disini peneliti menggunakan berbagai Langkah analisis data sesuai teori Miles, Huberman dan Saldana (2014), yaitu menganalisis data dengan 3 Langkah, yaitu: kondensasi data, penyajian data , dan menarik kesimpulan ataupun verifikasi,

⁴¹ Sanafiah Faesal, *Dasar dan Teknik Penelitian Keilmuan Sosial* (Surabaya: Usaha Nasional, 2002).hlm.42-43

⁴² Abdurrahman Fatoni, 112

Kondensasi data mengarah pada proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, serta mentransformasi data, berikut akan peneliti jelaskan teori Miles Huberman lebih terperinci.⁴³

H. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data

Menurut Lexy J. Moleong dalam menetapkan keabsahan data, maka Metode validitas data sangat penting. Dalam pelaksanaannya, metode pengecekan keabsahan suatu informasi bergantung pada 4 aturan tertentu, yaitu validitas spesifik, adaptabilitas, ketergantungan, dan konfirmasiabilitas. Oleh karena itu, untuk menjaga keabsahan data, penggunaan metode persepsi lapangan dan teknik triangulasi sangat penting. Lexy J. Moleong mengungkapkan bahwa metode triangulasi adalah prosedur untuk memeriksa keabsahan informasi dengan menggunakan item yang berbeda.⁴⁴

Dalam triangulasi metode untuk keabsahan data, perlu dilakukan cross check, lebih spesifik melalui pertemuan informasi yang digabungkan dengan konsekuensi dari persepsi informasi atau konsekuensi dari data dokumentasi dengan membandingkan serta mengkonsolidasikan hasilnya dari dua teknik data.⁴⁵

Dalam menghitung kepuasan penggunaan media, penulis pada awalnya mengukur niat dan kepuasannya. Sesudah niat dan kepuasan diketahui, kepuasan harus terlihat mengingat adanya kesempatan antara proses berpikir dan kepuasan. Secara keseluruhan, kepuasan disparitas adalah perbedaan kepuasan yang diperoleh antara nilai proses berpikir dan kepuasan dalam mengkonsumsi media tertentu. Makin kecilnya disparitasnya, makin memuaskan media tersebut. Adanya sebuah quest fulfillment (proses berpikir) yang menjunjung tinggi evaluasi dan kepercayaan terhadap suatu media akan mendorong seseorang untuk mengkonsumsi medianya

⁴³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), 229

⁴⁴ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 327

⁴⁵ ibid

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Objek Penelitian

A. Siaran Talkshow Mata Najwa

Mata Najwa ialah program acara televisi unggulan Metro TV yang difasilitasi oleh kolumnis senior Metro TV, Najwa Shihab dengan durasi satu setengah jam lamanya. Tayang tiap hari Rabu pukul 20:05 hingga 21:30 WIB. Mata Najwa sebelumnya tayang pada 25 November 2009. Program ini menampilkan konten yang signifikan, mendasar dan konsisten menghadirkan karakter utama. Program bersama Najwa Shihab ini mengusung slogan "Berita dengan cara lain". Bongkar peristiwa politik yang berbeda dan isuhangat minggu ini dengan ketajaman yang tidak biasa.

Program ini hanya dibundel dengan memperkenalkan karakter dan pakar terkenal yang berbeda untuk mengungkap tema yang berbeda di setiap episode. Mata Najwa dibawakan oleh Najwa Shihab sebagai pembawa acara dalam acara tersebut. Najwa Shihab hadir sebagai tokoh utama dalam acara tersebut, baik ataupun buruk, hasil akhir dari program ini ada dalam genggamannya. Najwa sudah memikirkan cara untuk mengurus bisnisnya secara positif, tanyanya tegas kepada para pembicara yang hadir. Penjelasan program ini diberi nama Mata Najwa karena mata adalah sudut pandang individu. Najwa Shihab memusatkan perhatian pada mata dengan mengajukan pertanyaan kepada orang yang diwawancarai. Kemudian, cermati sudut pandang Najwa Shihab yang paling menarik dari pandangannya. Program ini andal menghadirkan tokoh-tokoh utama, yang ditelaah dengan sengit dalam suatu kesempatan. Disisi lainm Najwa Shihab juga mengajukan pertanyaan tegas. Manfaat program sindikasi Mata Najwa dibandingkan dengan program sindikasi lainnya adalah dapat memperkenalkan pembicara yang tidak bisa dilakukan oleh acara televisi lainnya.

Profil Najwa Shihab

Profil Najwa Shihab Najwa Shihab yang biasa disapa Nana yaitu seorang komentator dan jurnalis TV yang berprestasi dan mahir. Nana lahir ke dunia di Makassar, Sulawesi Selatan, 16 September 1977. Najwa ialah putri kecil kedua dari Quraish Shihab, mantan Menteri Agama pada masa Kabinet Pembangunan VII. Pada usia 20 tahun, Nana menikah muda, dengan Ibrahim Assegaf, dan saat ini dia telah memiliki seorang anak bernama Izzat (6 tahun). Najwa Shihab berkonsentrasi mulai dari TK Al-Quran, SD di Madrasah Ibtidaiyah Nurul Hidayah, kemudian SMP dan SMA Al-Ikhlash, Jeruk Purut, Jakarta Selatan. Dan kemudian melanjutkan ke Fakultas Hukum Universitas Indonesia, lulus pada tahun 2000.

Saat kelas 2 SMA, Najwa Shihab mendapatkan kesempatan AFS (America Field Service), yang merupakan program perdagangan pelajar ke Amerika, program ini diselesaikan oleh Intercultural Development Foundation, selama satu tahun di AS. Awalnya Nana memulai profesinya di RCTI, pada 2001, namun saat itu ia memutuskan untuk bergabung dengan Metro TV. Najwa Shihab bergabung dengan Metro TV sebagai moderator berita mulai sekitar tahun 2001 dan Pada 2005, ia menjadi pembawa acara program Mata Najwa. Dengan kemampuannya, Najwa Shihab telah menorehkan berbagai prestasi dan mendapatkan berbagai penghargaan, antara lain dari PWI Pusat dan PWI Jaya atas pemberitaannya dari Aceh. Pers Umum (HPN) pada 9 Februari 2005, Nana mendapat penghargaan HPN Award. Pada 2006 ia terpilih sebagai Jurnalis Terbaik Metro TV, dan ditunjuk sebagai Pembaca Berita Terbaik di Panasonic Awards. Pada waktu yang hampir bersamaan, bersama berbagai penulis dari berbagai negara, Najwa terpilih sebagai anggota Senior Journalist Seminar yang diadakan di beberapa komunitas urban di AS, dan menjadi pembicara pada Konvensi Asosiasi Jurnalis Asia Amerika 2007, serta Dinobatkan lagi sebagai Pembaca Berita Terbaik di Panasonic Awards, ia juga terpilih untuk 5 kesempatan utama di tingkat Asia, khususnya Asian Television Awards untuk kelas Moderator Urusan Terkini/Talkshow Terbaik. Pada

pertengahan 2008 Najwa shihab pergi ke Australia sebagai penerima Beasiswa Penuh untuk Penghargaan Kepemimpinan Australia, untuk berkonsentrasi pada regulasi media. Pada 2010, Najwa Shihab kembali dinobatkan sebagai Presenter Berita Terbaik di Panasonic Awards.

Najwa adalah wartawan pertama yang bertemu dengan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, tak lama setelah inisiasinya. Dia telah berbicara dengan hampir semua tokoh politik publik. Tokoh asing yang dia ajak bicara termasuk Wakil Perdana Menteri Malaysia sebelumnya Anwar Ibrahim.⁴⁶

Penghargaan Jurnalis Najwa Sihab:

1. Pada tahun 2005, PWL PUSAT dan PWL JAYA mendapat hibah untuk laporan mereka dari Aceh, ketika Tsunami melanda wilayah tersebut pada bulan Desember 2004, pencantuman dan laporan tersebut dianggap telah menambah luas kepedulian dan simpati daerah setempat.
2. Pada tahun 2006 ia memilih kolumnis terbaik di Metro TV, dan dinobatkan sebagai pembaca berita terbaik di Panasonic Awards, dan Najwa terpilih sebagai putra kelas newscasting di Amerika Serikat dan menjadi pembicara di Asian American Silaturahmi Persatuan Wartawan.
3. Pada tahun 2007, pengakuan atas kepiawaian Najwa tidak hanya datang dari dalam negeri, tetapi juga dari luar negeri. Jelas, selain ditunjuk sebagai Pembaca Berita Terbaik di Panasonic Awards, ia juga dipilih untuk acara yang lebih terkenal di tingkat Asia, khususnya Asian Television Awards dalam kategori Moderator

⁴⁶<http://biofotoprofil.blogspot.co.id/2014/05/profil-dan-biodata-najwa-shihab.html>

Urutan Terkini/Talkshow Terbaik. Pengumuman pemenang terjadi pada November 2007 di Singapura. Jika di Panasonic Awards juara ditilik jumlah sms terbanyak, maka tidak seluruhnya diselesaikan di Asian TV Awards oleh dewan juri yang terdiri dari para telecaster TV senior dari berbagai negara di Asia.

4. Pada pertengahan 2008, ia akan melakukan perjalanan ke Australia sebagai penerima Beasiswa Penuh untuk Penghargaan Kepemimpinan Australia.
5. Pada 2010, Najwa Shihab kembali ditunjuk sebagai Presenter Berita Terbaik di Panasonic Awards

B. Partai Keadilan Sejahtera

Partai Keadilan Sejahtera, sebelumnya bernama Partai Keadilan, adalah sebuah partai politik berbasis Islam yang memiliki perwakilan di parlemen Indonesia. Partai ini berdiri pada 20 April 1998 yang berawal dari gerakan aktivitas dakwah Islam sejak 1980-an. Pemilu 2019 menjadi pemilu kelima yang diikuti partai ini.⁴⁷

Kelahiran PKS erat kaitannya dengan gerakan Islam berbasis massa kampus dan cendekiawan yang muncul sebagai tanggapan atas tekanan politik pemerintah Orde Baru terhadap umat Islam. Gerakan ini ditandai dengan mulai maraknya kegiatan kajian Islam dan meluasnya penggunaan jilbab di kampus-kampus sekuler Indonesia pada era 1980-an.

Dengan latar belakang pendirinya yang sebagian besar adalah anak muda terdidik, PKS meraup dukungan paling banyak di perkotaan. Dalam pemilu 2004, partai ini mendapat 7,3% dukungan suara nasional, melonjak dari perolehan suara

⁴⁷https://id.m.wikipedia.org/wiki/Partai_Keadilan_Sejahtera

pada pemilu sebelumnya yang hanya 1,36%.PKS menempatkan tokoh-tokoh muda sebagai kandidat alternatif untuk diusung sebagai gubernur, bupati, dan wali kota melalui pemilihan kepala daerah secara langsung yang digelar sejak 2005.

PKS tampil sebagai peraih suara terbanyak keempat hasil pemilu 2009 seiring meluasnya sebaran pemilih PKS. Eskalasi kemenangan yang diraih PKS dalam pilkada serentak yang digelar sejak 2015 baik lewat jalan koalisi maupun mengusung kadernya sendiri telah mematahkan dominasi Golkar dan PDI Perjuangan.

Partai ini secara rutin terlibat dalam program pelayanan sosial, pemberdayaan masyarakat, dan bantuan kemanusiaan. Dengan sistem kaderisasi yang teratur, PKS membangun militansi kadernya. Kader membiayai keterlibatan diri mereka dalam agenda politik dan tidak bergantung pada figur. PKS secara konsisten memberikan dukungan bagi perjuangan umat Islam di seluruh dunia lewat lobi di parlemen, demonstrasi, maupun penggalangan dana. Dalam setiap demonstrasi maupun kampanye mereka, PKS dianggap "mendatangkan contoh" mengerahkan massa dalam jumlah banyak dengan tertib dan aman.⁴⁸

Dengan bergantinya PK menjadi PKS, partai ini kembali bertanding di pemilihan umum legislatif Indonesia 2004. PKS meraih total 8,325,020 suara, sekitar 7.34% dari total perolehan suara nasional. PKS berhak mendudukkan 45 wakilnya di DPR dan menduduki peringkat keenam partai dengan suara terbanyak, setelah Partai Demokrat. Presiden partai, Hidayat Nur Wahid, terpilih sebagai ketua Majelis Permusyawaratan Rakyat dengan 376 suara, mengalahkan Sutjipto dari PDIP dengan 324 suara. Hidayat menyerahkan jabatan presiden kepada Tifatul Sembiring, juga seorang mantan aktivis kampus dan pendiri PKS.⁴⁹

⁴⁸Litbang Kompas. 2009. Partai-partai Politik Indonesia, Ideologi dan Program 2004-2009. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

⁴⁹Machmudi, Yon. 2008. Islamising Indonesia: The Rise of Jemaah Tarbiyah and the Prosperous Justice Party (PKS)

C. Komunitas PKS Muda Surabaya

Komunitas ini dibentuk Di Surabaya pada bulan Februari 2018, adalah perwajahan struktur organisasi Bidang Kepemudaan PKS, baik di Pusat (DPP), Provinsi (DPW), dan Kota/Kab (DPD); hingga ke Kecamatan (DPC) dan Kelurahan (DPRa). Berbasis interest (keminatan) atas semua isu yang ada di pemuda, dengan tercatat jumlah anggotanya sebanyak 364. PKS Muda adalah wadah komunitas yang menaungi semua komunitas kepemudaan dan kader PKS berusia 17-40 tahun di bawah koordinasi bidang kepemudaan.

PKS Muda adalah sebuah perkembangan yang dimulai untuk memperluas semua aset yang cocok untuk mempersiapkan dan membina generasi muda. Apalagi, PKS Muda menekankan gambaran PKS sebagai partai anak muda. Partai yang menyenangkan bagi anak-anak muda untuk mengembangkan bakat mereka dan menempatkan diri mereka di luar sana.

PKS Muda memiliki tagline Asyik dan Seru. Itu Artinya, setiap kegiatan PKS Muda menyenangkan dan membuat orang tertarik untuk bergabung. Selain itu, tentunya acara-acara PKS muda juga tetap memberikan value kepada para pemuda. Yang tidak kalah penting adalah kegiatan-kegiatan PKS muda mampu mempertemukan antar komunitas pemuda serta mendorong mereka untuk berkolaborasi dalam karya. Karena hal inilah yang menjadi trend gerakan pemuda saat ini. Kolaborasi, karya dan inspirasi.

Kegiatan PKS Muda yang berlangsung di Chapter PKS Muda (tingkat Kabupaten/Kota) antara lain:

1. Ngopi komunitas,
2. Bersih lingkungan,
3. Lomba vlog,
4. Jalan sehat/gerak jalan,

5. Kunjungi cagar budaya,
6. sekolah politik,
7. Seminar wirausaha,
8. institusional visit,
9. Kirap budaya,
10. ziarah makam tokoh,
11. Seminar Kebangsaan,
12. Apel siaga Pemuda,
13. Stand up Komedi,
14. mancing bareng,
15. Job fair,
16. tanam pohon,
17. Nobar,
18. Lomba seni,
19. Lomba Futsal atau olahraga lainnya,
20. Festival dolanan tradisional,
21. Fun run 5,
22. Konser dan Penggalangan Dana,
23. Bazar,
24. Lomba mural,
25. Senam bareng pemuda,
26. Pecahkan rekor muri,
27. Lomba pes,
28. Lomba dota,
29. Lomba pemuda berprestasi,
30. Lomba baca puisi

a) Tujuan

1. Penjembatanan (bridging) antara Partai Keadilan Sejahtera dengan generasi muda Indonesia.
2. Menampilkan wajah (branding) baru PKS sebagai partai yang fresh, ramah,

dan bersahabat bagi generasi muda Indonesia.

3. Menghadirkan ruang aktualisasi yang nyaman, kesempatan berkarya yang optimal, dan pemberdayaan yang efektif bagi generasi muda Indonesia melalui pendekatan strategi komunitisasi (communitization strategy).
4. Melakukan rekrutmen generasi muda yang massive, efektif, dan berdampak besar bagi penambahan anggota PKS.
5. Menghadirkan program kerja berbasis desirability yang sesuai dengan keinginan, harapan, dan kebutuhan generasi muda Indonesia, serta menyelesaikan masalah dan tantangan mereka.
6. Menjadikan PKS sebagai tempat yang efektif dan optimal untuk learn and grow, serta menjadikan PKS memiliki value proposition yang kuat dibanding partai politik lain melalui kemampuan memberikan kontribusi besar kepada generasi muda.

b) Fungsi

PKS Muda memiliki 3 fungsi, yaitu community (komunitas), branding (citra), dan membership (keanggotaan) :

1. Dalam menjalankan fungsi community (komunitas), PKS Muda membentuk, membawahi dan mengelola komunitas-komunitas kepemudaan PKS dengan pendekatan minat dan bakat sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan generasi muda, serta sesuai dengan kearifan lokal. Melalui fungsi community (komunitas) ini, PKS Muda harus mampu memberikan kebermanfaatn kepada anggota dan menjadi tempat yang baik untuk learn and grow bagi generasi muda.
2. Dalam menjalankan fungsi branding (citra), maka semua kegiatan dan program kepemudaan PKS mengatasnamakan PKS Muda dan PKS Muda menjadi representasi semua kegiatan bidang kepemudaan PKS, semua promotion tools kegiatan dan program kepemudaan menggunakan logo PKS Muda, dan melakukan aktivitas branding dan marketing PKS Muda.
3. Dalam menjalankan fungsi membership (keanggotaan), maka PKS Muda akan melakukan perekrutan dan mengeluarkan kartu anggota PKS Muda.

c) Struktur

Dengan pembagian divisi di PKS Muda Chapter Surabaya yang simple yakni terdapat:

- a) Koordinator Chapter
- b) Tim Admin
- c) Tim Media
- d) PIC PKS Muda Ngopi
- e) PIC PKS Muda Institute
- f) PIC PKS Muda Academy
- g) PIC PKS Muda Sports
- h) PIC PKS Muda Ngaji
- i) PIC PKS Muda Perempuan
- j) PIC PKS Muda Digital
- k) PIC PKS Muda Art
- l) PIC PKS Muda Bisnis
- m) PIC PKS Muda Profesional
- n) PIC PKS Muda Mendunia

1. PKS Muda terdiri dari PKS Muda Nasional, PKS Muda Wilayah, dan PKS Muda Chapter Kota/Kabupaten. PKS Muda Chapter Kota/Kabupaten diharapkan dapat membentuk PKS Muda Kecamatan hingga PKS Muda kelurahan/desa.
2. PKS Muda Nasional adalah ex officio struktur bidang kepemudaan DPP PKS, yang terdiri dari Ketua Bidang Kepemudaan DPP PKS, Wakil Ketua Bidang Kepemudaan DPP PKS, Sekretaris Bidang Kepemudaan DPP PKS, Wakil Sekretaris Bidang Kepemudaan DPP PKS, Kepala Departemen di Bidang kepemudaan DPP PKS sebagai Koordinator Nasional PKS Muda.
3. Koordinator Wilayah PKS Muda ditunjuk oleh Ketua Bidang Kepemudaan DPW PKS dan Ketua Chapter Kota/Kabupaten PKS Muda ditunjuk oleh

Ketua Bidang Kepemudaan DPD PKS.

4. Koordinator Nasional PKS Muda, Koordinator Wilayah PKS Muda, dan Ketua Chapter Kota/ Kabupaten PKS Muda diharapkan berusia kurang dari atau sama dengan 40 tahun.
5. Dalam menjalankan dan mendukung fungsi PKS Muda Nasional, PKS Muda wilayah dan PKS Muda Chapter Kota/Kabupaten diperkenankan membentuk struktur, organ, divisi, dan tim yang mendukung fungsi PKS Muda sesuai kebutuhan wilayah dan chapter.
6. Bidang Kepemudaan DPW dan DPD dipersilahkan melakukan pengembangan, penyesuaian, dan modifikasi sesuai kebutuhan dan kearifan lokal.
7. Pembentukan divisi PKS Muda dan tugas pokok dan fungsi divisi PKS Muda tidak beririsan dan/atau tumpang tindih dengan fungsi bidang kepemudaan DPP, bidang kepemudaan DPW, dan bidang kepemudaan DPD.

d) Arah Gerak dan Strategi Pengembangan

- 1) PKS Muda melakukan penyesuaian semua aktivitas dan program kerja untuk penambahan jumlah anggota PKS dari generasi muda secara signifikan.
- 2) PKS Muda memperkuat communitization strategy, dimana PKS Muda akan membentuk berbagai komunitas yang beragam berbasis pada kebutuhan, keinginan, dan harapan generasi muda. Masing-masing komunitas tersebut diharapkan memiliki daya keberlanjutan (sustainability) dalam menjalankan berbagai program berbasis minat dan bakat.
- 3) PKS Muda melakukan transformasi digital secara massive melalui pengelolaan media digital dengan ketentuan sebagai berikut :
 - i. Semua wilayah dan daerah harus membuat media sosial Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, dan twitter, serta mengelola secara konsisten dan profesional sebagai branding bidang kepemudaan PKS wilayah dan daerah.

- ii. Media sosial PKS Muda Wilayah dan Chapter Kota/Kabupaten menggunakan nama sesuai wilayah atau daerahnya, misalnya PKS Muda Jawa Barat, PKS Muda Chapter Magelang. Untuk daerah yang memiliki nama kota dan kabupaten terpisah, maka chapter menambahkan kota atau kabupaten di awal nama daerah.

e.) Program Kerja

- i. PKS Muda memberikan program kerja berbasis desirability yang sesuai dengan keinginan, harapan, dan kebutuhan generasi muda Indonesia, serta menyelesaikan masalah dan tantangan mereka yang didasarkan pada data yang valid dan bisa dipertanggungjawabkan.
- ii. Program-program PKS Muda diharapkan mewakili aspek-aspek utama kebutuhan generasi muda, diantaranya karir, kewirausahaan, pendidikan, kepedulian, spiritualitas, kreativitas, politik, dan lain sebagainya yang didasarkan pada analisis dan kajian mendalam.
- iii. Program-program yang dapat dikembangkan sebagai pengejawantahan dari aspek kebutuhan tersebut, diantaranya Wujudkan Idemu Bersama PKS Muda, Wujudkan Karir Impian, Content Creator Academy, PKS Muda Ngaji, PKS Muda Bangun Desa, PKS Muda Mendunia, PKS Muda Care, The Next Leader Project, dan lain sebagainya.
- iv. Masing-masing program berbasis kebutuhan dan keinginan generasi muda tersebut diharapkan mampu dikembangkan dan ditindaklanjuti menjadi sebuah komunitas yang berperan memastikan keberlanjutan dari setiap program, memiliki anggota baru dengan jumlah besar, dan menjadi basis massa tersendiri dalam memperkuat peran partai ke depan.
- v. Program-program kerja yang dilaksanakan diharapkan mampu berperan dalam penambahan jumlah anggota secara signifikan, penguatan perwajahan partai yang ramah pada generasi muda, pemberian kontribusi nyata pada generasi muda, serta pencapaian key result yang telah ditetapkan Dewan Pimpinan Pusat Partai Keadilan Sejahtera.

D. Identitas Informan

Sebelum menentukan informan, peneliti melakukan pemilihan terhadap anggota dari komunitas PKS Muda Surabaya yang akan menjadi sumber informasi dalam ulasan ini. Sumber-sumber yang dipilih melalui strategi-strategi tertentu dan mempunyai kualitas tertentu, jelas serta lengkap yang dapat dipandang sebagai gambaran masyarakat, khususnya menikmati acara, pertama dan terutama, juga telah menonton acara televisi Mata Najwa di suatu tempat berkali-kali. Jumlah keterangan informan dicatat dalam adendum. Strategi yang digunakan dalam memilih sumber adalah wawancara, bukan didasarkan pada perenungan tertentu.⁵⁰

Dasar pertimbangan yang dimaksud adalah:

- a. Sedang / pernah menempuh pendidikan minimal DIII/S1
- b. mengidentifikasi informan yang paham dengan permasalahannya,
- c. penentuan informan yang terlibat sebagai subjek permasalahan,

E. Respon Komunitas PKS (Partai Keadilan Sejahtera) Muda Surabaya

Daya tarik yang dibawakan Maksud Najwa, kesempatan ini luar biasa untuk mengangkat konflik sosial dan kebijakan yang terjadi di Indonesia. Dengan topik pembicaraan tertentu, target bagian yang ditentukan jelas. Target yang terbagi ini diharapkan dapat menentukan kelompok kepentingan yang ideal untuk dicapai. Menurut Wibowo (2007: 83), memilih individu aset untuk program diskusi di TV harus memenuhi 3 (tiga) prasyarat.

1. Pertama, dia ialah orang yang terkenal ataupun contoh yang baik bagi masyarakat.
2. Kedua, sangat mungkin tokoh yang paling menguasai atau dianggap mendominasi bidang atau persoalan yang akan diteliti.
3. Ketiga, tokoh yang disengketakan, dasar, dan vokal.

⁵⁰ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, 88.

Diskusi akan menarik dan penuh dengan kesulitan melalui karakter seperti itu. Untuk memenuhi syarat sebagai individu aset yang layak, ada berbagai hal yang harus dirasakan. Individu aset sertasebagai komunikator harus memiliki pilihan untuk menyusun secara tepat substansi pesan yang akan disampaikannya, agar pesan dapat ditangkap oleh penerima pesan. Seorang komunikator yang baik juga harus mengetahui media mana yang paling cocok dalam mengirim pesan kepada penerima pesan serta harus tahu bagaimana mengantisipasi hambatan yang timbul dalam proses penyampaian pesan. Disisi lain komunikator yang hebat bertanggung jawab untuk menjawab masukan yang diberikan oleh penerima manfaat. Tugas mendasar komunikator adalah membuat lingkungan yang layak dalam siklus komunikasi. Variabel-variabel tersebut berdasarkan apa yang dibutuhkan informan sebagai penerima data mengenai sumber-sumber yang seharusnya dihadirkan dalam tayangan televisi Mata Najwa. Orang-orang aset harus memenuhi prasyarat kualitas yang tak tergoyahkan, tanggung jawab, dan apakah mereka dapat dikutip.

Dengan daya tarik yang telah penulis paparkan diatas, siaran talkshow menjadi menarik dan dapat mengajak penonton mengkonsumsi siaran tersebut yakniyang terletak pada topik pembicaraan ataupun permasalahannya yang dibahas. Dalam hal ini, ada 3 golongan yang mencuri perhatian dan menjadikan ketertarikan pada siara Mata Najwa ini, masalah itu sebagai permasalahan yang sedang menjadi pergunjingan di masyarakat atau masalah yang sedang hangat di masyarakat.

Seperti kata Narasumber Kak Putra:

“Untuk mengetahui isu yang lagi trending, dan lebih tertarik tema politik.” Saat peneliti wawancara alasan kenapa menonton Program Mata Najwa.

Begitupun ujar Kak Nafi:

“Mata Najwa programnya bagus sih, karena isu isunya update. Maksudnya apa yang viral pasti diangkat dan banyak juga saya lihat respon-respon masyarakat Mata Najwa itu juga mengangkat tanpa harus melalui laporan-

laporan dari polisi gitu. Jadi menurut saya platform yang bagus untuk masyarakat bisa speakup. Saya menyeluruh, kependidikan juga, kesosial, cuma sedikit tertarik dengan hukum.”

Berhubungan dengan teori uses and Gratification untuk lebih spesifik ketika berbagai ahli mencoba untuk memahami proses berpikir di balik orang banyak yang mendengarkan radio dan membaca koran. Mereka meneliti stasiun radio dan mencari tahu mengapa individu tertarik untuk mengomunikasikan proyek, misalnya, tes dan serial acara radio. Kepuasan apa yang didapat sehingga mereka senang memperhatikan program tersebut. Herzog dikaitkan dengan cepat untuk memulai penggunaan dan penelitian kepuasan. Dia mencoba untuk mengatur motivasi yang berbeda di balik mengapa individu memutuskan untuk mengkonsumsi kertas melalui radio. Ini berkonsentrasi pada pekerjaan kebutuhan orang banyak dan kebutuhan pada keputusan media.⁵¹

Kedua, masalah itu mengandung kontroversi atau konflik diantara masyarakat.

Dari jawaban kak Vicky menyebutkan:

“Iya, seperti yang sudah saya katakan tadi bisa untuk mengedukasi masyarakat dan memberikan informasi dari skandal atau isu-isu yang miring dari pemerintah. Mbak nana juga menurut saya cukup pro dengan masyarakat, maksunya tahu apa yang ingin ditanyakan oleh masyarakat kepada narasumbernya, yak karena profesinya mbak Nana kan emang sebagai jurnalis juga kan ya.”

Sebagaimana di dalam Teori Uses and Gratification, Khalayak mengkonsumsi suatu media didorong oleh motif tertentu guna memenuhi kebutuhan mereka dan pemilihan media pada khalayak berdasarkan kepuasan, keinginan, kebutuhan, atau motif.

Begitupun pendapat Kak Nafi:

“Bisa mbak, di program Mata Najwa kan gak cuma menghadirkan di salah satu pihak, yang pro ada yang kontra ada, ya jadi disaat ketika ada yang punya masalah misalnya, dan itu berkaitan dengan peraturan pemerintah, disana pemerintah juga bisa sekalian mensosialisasikan, lebih tepatnya dapat menemukan jalan tengah.”

⁵¹ Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Penerbit Ghalia Indonesia, 2013), 82

Klarifikasi dari tujuan dan hipotesis *uses and gratification* menandakan tiap orang pada umumnya mempunyai kebutuhan yang membutuhkan pemenuhan. Seperti yang ditunjukkan oleh Harzog, jenis kepuasan tertentu yang dibutuhkan orang banyak bisa menentukan perhatian terhadap substansi pesan media. Orang-orang mempunyai penilaian dan kepercayaan pada salah satu komunikasi luas yang dipandang sebagai perlengkapan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dasar pemikirannya akan menjunjung tinggi penilaian dan kepercayaan orang tersebut pada media dengan tujuan agar mereka terdesak untuk mengkonsumsinya. Setelah pemanfaatan, akan terlihat apakah media tersebut dapat memenuhi alasan yang mendasari dalam menonton.⁵²

Pokok pembicaraan dalam program sindikasi Mata Najwa Metro TV sangat erat kaitannya dengan penentuan narasumber yang akan diperkenalkan. Pertemuan di atas menunjukkan hal tersebut, secara spesifik bahwa isu-isu atau isu-isu yang berbeda dari orang-orang terkenal yang asli dan menjadi perbincangan publik akan menjadi poin dalam tayangan acara televisi Mata Najwa. Daya tarik tayangan televisi Mata Najwa Metro TV, selain dari poin dan pembicara yang menggelitik, adalah perkembangan pertanyaan dari pembicara dan ide lucu dari moderator. Najwa Shihab dengan karakter yang solid dan responsif, dapat mengembangkan pertanyaan tanpa batas di atas dan di luar, sehingga hal-hal berbeda yang bersifat pribadi dari kehidupan sumber dapat terungkap dan menjadi pemanfaatan publik.

Ketiga, masalah ini terkait dengan kepentingan populasi atau individu secara keseluruhan yang membutuhkan data dan tanggapan yang jelas terkait dengan masalah ini.

Kak Redza menyebutkan bahwa,

“Saya menonton karena program yang bagus ya, sebagai bahan tontonan, ada fungsinya, fungsi tersebut salah satunya menambah wawasan, pengetahuan dan isu yang lagi happening. Untuk tema saya suka secara general tidak terlalu terperinci, saya suka semua tema yang dibawakan.”

⁵² Morissan, *Teori Pengantar Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 514

Kemudian kak Majid berpendapat bahwa *“Iya dibutuhkan, teruta untuk orang-orang yang berpolitik.”*. mengingat kak Majid sendiri bagian dari anggota PKS Muda Kota Surabaya sebagai Ketua DPC Wonocolo.

Sedangkan menurut kak Nafi, bergabungnya dirinya kedalam partai politik tentunya partai politik memberikan fungsi-fungsi yang diantaranya adalah pengatur konflik:

“Bisa mbak, di program Mata Najwa kan gak cuma menghadirkan di salah satu pihak, yang pro ada yang kontra ada, ya jadi disaat ketika ada yang punya masalah misalnya, dan itu berkaitan dengan peraturan pemerintah, disana pemerintah juga bisa sekalian mensosialisasikan, lebih tepatnya dapat menemukan jalan tengah.”

Dari hasil penelitian tidak terdapat penghalang yang serius bagi Komunitas PKS Muda Kota Surabaya dalam menyaksikan talkshow Mata Najwa atau dalam proses tayangannya walaupun terdapat batasan eksternal,informan bisa menonton ulang tayangannya di hari minggu siang, atau bisa melalui m youtube.

F. Temuan Hasil Penelitian

Temuan hasil penelitian ialah deskripsi dari data yang didapat dalam pengumpulan data fakta di lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penemuan yang pertama adalah tanggapan dan respon yang positif terkait program mata najwa yang dianggap sangat informative disegala usia dan semua kalangan.

Tugas TV sebagai komunikasi yang luas ternyata sangat penting dalam budaya yang berkembang saat ini. Kegiatan media TV dalam merinci data atau peristiwa politik sering kali secara mendasar memengaruhi pergantian peristiwa politik. Media tidak hanya menjadi sumber data bagi masyarakat pada umumnya, tetapi juga dapat menjadi elemen penggerak perubahan politik. Keterkaitan komunikasi luas dengan perubahan politik tidak terlepas dari tugas signifikan komunikasi luas dalam komunikasi politik, terutama dalam kemampuan membuat kesimpulan dan membingkai pembicaraan publik (Sutarso, 2012).

TV secara langsung atau tidak langsung berdampak pada masyarakat karena berperan dalam menciptakan pemahaman, membentuk sikap, penilaian umum, namun

juga dapat mendorong berbagai pemahaman. Penegasan individu dimulai dari adanya pertimbangan atau pertimbangan. Pertimbangan adalah kebutuhan psikologis pada orang yang memegang kebijaksanaan, yang merupakan langkah awal, khususnya kesiapan singular untuk membuat wawasan. Pertimbangan adalah akhir atau konvergensi dari semua latihan tunggal yang terfokus pada suatu item atau kumpulan item (Walgito, 2003:98). Upgrade dianggap karena memiliki atribut yang mencolok, termasuk: pengembangan, kekuatan peningkatan, keanehan, dan redundansi.

<p>Kategori</p>	<p>Pandangan Komunitas PKS Muda Kota Surabaya</p>
<p>Topik/materi talkshow</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Materi dominan siaran talkshow Mata Najwa berakitan dengan aspek informasi dan edukasi, seperti prestasi dan dedikasi individu, ataupun aspek kehidupan pribadi narasumber sebagai sumber inspirasi. Yang dimaksud menjadi inspirasi bagi Komunitas PKS Muda Kota Surabaya sendiri dinilai mampu memberikan gambaran input dan output serta evaluasi bagi partai dari permasalahan yang sedang terjadi ataupun dinamika politik di Indonesia. 2. Materi siaran talkshow Mata Najwa bukan hanya membahas isu/rumor, gossip, melainkan mengungkapkan realitas permasalahan. 3. Materi siaran talkshow Mata Najwa bukan untuk memberikan perspektif negatif kepada khalayak melainkan sebaliknya. Dengan menjadi siaran yang netral tidak ditunggangi oleh oknum atau partai manapun. 4. Materi yang dibahas presenter dalam talkshow Mata Najwa ini terkesan tidak direkayasa, ataupun sponsor / penyampaian pesan oleh oknum atau partai, justru menjembatani masyarakat dengan pemerintah/oknum

	yang sedang diundang pada saat siaran berlangsung.
<p>Komentar Terhadap Narasumber</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebagai media untuk narasumbernya dalam berbagi pengalaman, edukasi, serta motivasi 2. Sebagai momentum untuk narasumber dalam mendeskripsikan konflik yang berkembang di tengah masyarakat 3. Narasumber bisa menceritakan kisah hidupnya atau menjelaskan keunikan/sisi berbeda dari dirinya 4. Komunitas PKS Muda Kota Surabaya menganggap bahwa narasumber yang datang di program Mata Najwa dapat mengklarifikasi permasalahan dari sudut pandang objektif, keilmuan, antropologi social atau budaya.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa siaran Program Mata Najwa ini memberikan kebutuhan khalayak yang dipenuhi oleh media didasari oleh motif-motif tertentu. Komunikasi massa memiliki motif informasi, identitas pribadi, integrasi interaksi, dan fungsi hiburan. Terpenuhinya motif tersebut menciptakan kepuasan atau tidak kepuasan khalayak setelah kebutuhan mereka terpenuhi. Kepuasan diukur berdasarkan terpenuhinya motif awal yang mendasari individu memilih suatu media.

Dengan pendekatan uses and gratifications ini yang lebih banyak digunakan untuk meneliti penggunaan media oleh khalayak. Menurut Ruggiero (2000)⁵³, pendekatan uses and gratifications digunakan dalam penggunaan media massa baru seperti surat kabar,

⁵³ Ruggiero, Thomas E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Journal of Mass Communication and Society*. 3(1), 3-37.

radio, televisi, dan kini internet.

Posisi audiens sebagaimana teori uses and gratifications, adalah khalayak aktif yang memiliki kaitan dengan motif dan juga berarti bahwa khalayak mempunyai kecenderungan untuk mengolah makna atas informasi yang diperoleh. Posisi media dalam konteks ini diasumsikan sebagai fasilitator yang menyediakan ruang untuk pemenuhan kebutuhan khalayak terhadap informasi, hiburan dan pendidikan. Hasil penelitian ini membuktikan asumsi dasar teori uses and gratifications, bahwa audiens adalah 'khalayak aktif'. Dalam kaitan ini, anggota Komunitas PKS Muda Kota Surabaya sebagai khalayak memiliki kecenderungan untuk mengolah makna atas informasi yang diperolehnya melalui siaran talkshow Mata Najwa. Pada gilirannya terdapat ragam makna fungsional atas siaran talkshow Mata Najwa yang muncul dari hasil persepsi Komunitas PKS Muda Kota Surabaya.



BAB V

PENUTUP

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan terhadap hasil penelitian tentang respons Komunitas PKS Muda Kota Surabaya terhadap tayangan Mata Najwa, peneliti berkesimpulan: respon anggota PKS Muda Kota Surabaya terhadap program Mata Najwa dapat digolongkan sebagai sikap yang dapat memberikan masukan yang menginspirasi, dalam hal input atau output dalam partai sebagai gambaran dinamika politik yang terjadi. Dibuktikan dengan diperolehnya banyaknya responden PKS Muda Kota Surabaya yang menyatakan membutuhkan dan bermanfaatnya adanya program Mata Najwa ini dengan tema yang dibawakan dan dipilih setiap episodenya, isu-isu yang diangkat setiap episode. Program Mata Najwa dianggap bisa memberi pemahaman serta kebutuhan akan informasi sesuai porsi yang dibutuhkan, dengan banyaknya penyampaian dan moderatornya yang tegas dan sigap. Para narasumber yang hadir bisa memberi rasa keingin tahuan dan juga menyampaikan setiap isu dengan menarik, sehingga membuat narasumber tertarik dan memahami apa yang disampaikan. Sementara dengan tema-tema politik responden anggota PKS Muda Kota Surabaya dapat mendalami politik dan menjadi melek politik yang sebagaimana dapat digunakan untuk menambah wawasan, dan membuka ruang orientasi secara linier dengan apa yang mereka tekuni di komunitas PKS Muda Kota Surabaya.

b. Saran

Setelah melakukan penelitian tentang respons Komunitas PKS Muda Kota Surabaya terhadap Mata Najwa, penulis mempunyai berbagai saran sebagai berikut:

1. Bagi anggota ataupun masyarakat umumbisa menggunakan media elektronik sebagai media media untuk mencari tau sesuatu yang bisa memberikan pengetahuan serta wawasan yang bisa memperkaya pengetahuan.
2. Bagi prosedur tayangan harusnya mengetahui keadaan masyarakatnya sebagai objek maka bisa dijadikan suatu bahan pemikiran dalam merencanakan strategi serta meningkatkan kualitas programnya.

Dengan prosedur yang diharapkan mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakatnyamaka untuk mengemas pesan yang ingin disampaikan menggunakan metode yang sesuai agar pesan yang disampaikan bisa diterima oleh khalayak luas.

3. Secara general setiap segment yang telah di produksi dan diwawancara Najwa

Sihab kepada Narasumber menjelaskan informasinya dengan benar tanpa ada yang ditutupinya sehingga tidak ada cut dalam segmen. Jika narasumber tidak memberi informasinya tidak maximal maka akan ada pemotongan dalam tiap segmen.



DAFTAR PUSTAKA

Save D. Dagun, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta : Lembaga pengkajian dan kebudayaan Nusantara, 1997), 964

Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Ngalimun, dkk. (2013). *Perkembangan dan Pengembangan Kreativitas*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo

Aris Santoso, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Program TalkShow Mata Najwa di Metro TV (Study Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa LPM Pabelan UMS Terhadap Mata Najwa Periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016)*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika UNY2016.

Alfrini Tekkay, Meity Himpong, Ridwan Papatungan, *Persepsi masyarakat tentang Talkshow Mata Nadjwa di metro tv dengan objek penelitian pada masyarakat bahu kecamatan Malalayang*

Saifuddin Zuhri, *Menakar respon pengguna instagram terhadap program "Mata Najwa" melalui sisi dan pandang politik*, Jawa Timur2021.

Nur Fadillah, *Persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar pada siaran talkshow Mata Najwa di Metro TV, 2016*

Lasari Nur F, *"Respon Santri terhadap Isi Tayangan Mata Najwa Episode Politik Perempuan di Trans 7 (Studi Pada Santri Asrama Al-Hikmah Yayasan Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta)*.2019.

Elma Lisa B, *Persepsi Pers Mahasiswa USU mengenai Pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Pemberitaan Di Metro Tv dan Tv One)*.Universitas Sumut.2017.

Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003)

Benedicta Ika E, *Persepsi Pemirsa Televisi Terhadap Citra Najwa Shihab sebagai Presenter Talkshow Mata Najwa*.Malang. 2019.

Imam Baehaqi, *Analisis Wacana Kritis Terhadap Episode "Mata Najwa Menanti Terawan" Di Tv Trans* . Purwokerto. 2021

Agnes Amanda, *Persepsi, Motivasi, dan Penggunaan Media (Studi Korelasi Antara Persepsi,*

Motivasi dan Penggunaan Media Pada Tayangan Berita Metro TV di Kalangan Mahasiswa S1 Reguler Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNS Angkatan 2008/2009 – 2011/2012).

Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kharisma Putra Utama. Abar, Akhmad Zaini. 1999. *Menulis untuk Media Massa*. Yogyakarta: Kanisius
Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung: 2009

<https://www.brankaspedia.com/2019/12/perbedaan-polling-dan-survei.html?m=1>

S. Nasution, *Metodelogi Research (Penelitian Ilmiah)*. Bumi Aksara : Jakarta, 2010, 113

Fraenkel, J. L., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to design and evaluate research in education eighth edition*. New York : Mc Graw Hill.

Amir syamsudin, Pengembangan Instrumen Evaluasi Non Tes Untuk Menjaring Data Kualitatif, *Jurnal Pendidikan Anak*, Volume III edisi 1 tahun 2014

Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*

Morissan.2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA)

Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018), 298-299

Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006).

Ruggiero, Thomas E. (2000). *Uses and Gratifications Theory in the 21st Century*. *Journal of Mass Communication and Society*. 3(1), 3-37.