

PERSEPSI PENONTON REMAJA KOTA SAMARINDA TERHADAP PROGRAM *INI TALKSHOW* DI NET.TV

Eni Dwi Mayasari¹, Heryono Susilo Utomo² dan Sabaruddin³

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Persepsi Remaja Kota Samarinda terhadap Program Ini Talkshow di Net.Tv. Penelitian ini termasuk studi deskriptif kualitatif dan data primer diperoleh melalui wawancara.

Hasil penelitian diperoleh gambaran mengenai persepsi Remaja dalam program *Ini Talkshow* di Net.Tv yaitu media massa salah satunya televisi, Banyaknya tayangan yang bersifat *edutainment* sehingga dapat menarik perhatian masyarakat untuk menonton tayangan tersebut. Dari aktivitas menonton tayangan tersebut akan mendapatkan informasi dan pengetahuan. Ini merupakan timbulnya persepsi yang terjadi pada remaja kota Samarinda terhadap tayangan *Ini Talkshow*. Penempatan waktu jam tayang di primetime (21.00-22.30 WITA), tidak mengganggu jam belajar/istirahat siswa remaja SMA N 1 Samarinda yang telah melaksanakan program pemerintah *Full Day*, itu berarti remaja Kota Samarinda sangat membutuhkan hiburan. Salah satu hiburan yang dipilih remaja adalah menonton televisi, yaitu menonton program acara *Ini Talkshow* di Net.Tv.

Kata Kunci: Persepsi, Remaja, *Talkshow*

PENDAHULUAN

Hingga saat ini, televisi yang paling banyak dimiliki dan dijadikan sebagai media informasi, hiburan, pendidikan, dan kontrol sosial oleh masyarakat kebanyakan adalah media massa televisi. *Ini Talkshow* adalah salahsatu program acara televisi di NET.Tv, di mana media televisi ini memiliki keunggulan tersendiri untuk dapat menikmati obyek informasi dan komunikasi berupa audio-visual sekaligus. Keberadaan media massa termasuk televisi menempati tempat yang cukup *urgent*, karena media massa di samping sebagai media komunikasi (*channel of communication*) yang berfungsi sebagai pembawa pesan dan berperan sebagai sumber pesan (*message resource*). Televisi yang unggul dalam membangun daya tarik, persepsi, perubahan dan imajinasi dalam mengkonstruksi realitas (Sutrisno, 1993).

Ini TalkShow menggunakan perspektif komedi dan selalu menghadirkan selebriti. Tidak hanya menawarkan informasi tetapi juga memberikan komedi-komedi segar yang dibawakan oleh Sule dan Andre, walau di awal banyak keluar

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

² Dosen Pembimbing I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

³ Dosen Pembimbing II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Email: enydmay@gmail.com

masuk terutama *co-hostnya*, saat ini sudah tidak ada lagi pergantian, buktinya Saswijanarko, Maya Septa masih tetap dipertahankan. Latar belakang Sule dan Saswijanarko yang biasa dipanggil “mamang” yang berasal dari Bandung menjadikan acara *Ini TalkShow* sangat kental dengan Jawa Barat, secara rutin nyanyian dengan istilah “asoy geboy” selalu muncul pada setiap tayangan, bahkan bintang tamu yang hadirpun banyak yang berasal dari Jawa Barat Bandung khususnya seperti Ridwan Kamil tampil dalam segmen yang berbeda.

KERANGKA DASAR TEORI

Teori dan Konsep

Definisi komunikasi massa yang lebih perinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner (2005). Menurut Gerbner “*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of message in industrial societies*”.

Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. (Rakhmat, 2009)

Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 1996). Menurut Bimo Walgito persepsi merupakan suatu proses yang di dahului oleh penginderaan. Penginderaan adalah suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera lalu diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan syaraf, dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Stimulus yang mengenai individu itu kemudian diinterpretasikan, sehingga individu menyadari tentang apa yang diinderanya itu (Walgito, 2003).

Dalam tahap tersebut dapat dilihat bahwa persepsi merupakan aspek kognisi dari sikap. Faktor pengalaman dan proses belajar atau sosialisasi memberikan bentuk atau struktur terhadap apa yang dilihat. Sedangkan pengetahuan memberikan arti terhadap objek psikologi tersebut. Melalui komponen kognisi akan timbul ide, kemudian konsep mengenai apa yang dilihat dan berdasarkan norma yang dimiliki pribadi seseorang akan terjadi keyakinan (*belief*) yang berbeda dari individu terhadap suatu objek tersebut.

Penonton

Seiter et al. (1989) menegaskan bahwa Teori Kegunaan dan Kepuasan menolak awal bahwa penonton adalah individu yang lemah dan tidak berkemampuan untuk menjadi selektif dalam proses penerimaan pesan media. Sebaliknya, teori ini melihat penonton sebagai individu yang berkuasa dan aktif dalam membuat pilihan terhadap penggunaan kandungan media berdasarkan keperluan, kehendak dan kepuasan mereka. Dalam teori ini, persoalan berkaitan kesan media tidak diutamakan, malah aspek interpretasi penonton terhadap pesan media juga tidak diberi perhatian (Philo, 1995)

Atas kesadaran bahwa penonton bukanlah individu yang pasif dan hanya menerima semua pesan media, suatu pendekatan yang lebih dinamik tentang penonton dan media kemudian telah dibangun oleh Hall pada tahun (1973) dan dikembangkan oleh Morley (1980) yang melihat penonton sebagai agen aktif untuk menyaring masyarakat yang diperoleh dan membuat interpretasi sendiri. Dikenali sebagai Encoding dan Decoding, teori ini memberikan penekanan kepada keperluan untuk mengambil latar belakang penonton dalam memahami kompleks perkaitan antara kandungan media dengan penonton. Morley (1992) menyatakan bahwa teori ini mengenal pasti struktur dan kedudukan sosial yang melangkaui teks seperti kelas, gender, etnikk, latar belakang pendidikan dan umur yang dilihat sebagai elemen-elemen yang penting dalam membentuk pemahaman penonton terhadap kandungan media.

Talk Show

Salah satu format yang sering digunakan televisi dalam menampilkan wacana “serius” adalah *talk show*. Program talk show atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas (Morissan, 2011).

Jenis-jenis Program Talk Show dan Syarat Pengemasannya

Program Vox-pop Masyarakat

Vox-pop dengan tujuan dalam rangka penelitian dapat merupakan umpan balik dalam proses komunikasi mengenai suatu persoalan. Dalam hal ini, “masalah” bukan saja dibahas sendirian oleh produser (*broadcaster*), melainkan produser juga memperhatikan pula pandangan-pandangan dari berbagai pihak. Dengan demikian, proses komunikasi berjalan secara wajar (dari dua arah)

Program Wawancara (Interview)

Macam program ini termasuk The Talk Show Program. Bentuk lain adalah diskusi panel. Dalam hal ini terdapat dua macam wawancara, yaitu wawancara luar studio dan wawancara di studio. Memproduksi program talk show wawancara yang baik di televisi memerlukan persiapan-persiapan yang cukup banyak. Jika program ini disajikan dengan baik, penonton memperoleh sesuatu yang sungguh-sungguh berguna, bermakna dan bukan sekedar program untuk membuang waktu luang.

Program Acara Ini Talkshow

23 Maret 2014 stasiun Televisi NET.Tv Untuk pertama kalinya menayangkan program terbaru bertajuk *talkshow* yaitu *IniTalkshow*. *Ini Talkshow* adalah acara *talkshow* yang dikemas dengan suasana santai. Penayangan *Ini TalkShow* murni untuk tujuan iklan. Menyadari bahwa figur

seperti Sule dan Andre Taulany masih memiliki daya jual dan masih cukup menarik bagi pemirsa, termasuk pemirsa dengan kelas ekonomi menengah ke bawah, NET.Tv secara jeli memakai kedua figur tersebut untuk mengisi program terbaru. Dengan munculnya Sule dan Andre di program *Ini Talk Show*, NET.Tv jelas mengharapkan jumlah penonton yang lebih banyak, yang secara bertahap berkorelasi terhadap pemasukan dari iklan. Membahas persoalan hangat yang ada di masyarakat dengan cara sederhana.

Di acara ini juga akan memperlihatkan suasana rumah dan karakter-karakter yang ada di rumah tersebut. Di dalam acara ini, pemain-pemain juga bermain peran atau berakting sekaligus menanyakan bintang tamu dan persoalan di masyarakat. Banyak hal yang patut dipuji dari program *Ini Talkshow*.

Definisi Konsepsional

Persepsi dari komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek. Objek yang akan diambil adalah Remaja Pertengahan yaitu Remaja di SMA N 1 Samarinda. Dari pengalaman kemudian akan terbentuk suatu kepercayaan tentang objek dari persepsi tersebut.

Kedua, berhubungan dengan penonton yang mempunyai rasa bahagia dan tidak bahagia. Rasa tersebut akan timbul dari persepsi wawancara dalam Penelitian. Jadi sifatnya langsung yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memaparkan dan bertujuan memberikan gambaran serta penjelasan dari variabel yang diteliti. Penelitian deskriptif kualitatif diuraikan dengan kata-kata menurut responden, apa adanya sesuai dengan pertanyaan penelitiannya, kemudian dianalisis pula dengan kata-kata apa yang melatarbelakangi responden berperilaku (berfikir, berperasaan, dan bertindak) tidak seperti lainnya, direduksi, ditriangulasi, disimpulkan (diberi makna oleh peneliti), dan diverifikasi (dikonsultasikan kembali kepada responden)

Minimal ada tiga hal yang digambarkan dalam penelitian kualitatif, yaitu karakteristik pelaku, kegiatan atau kejadian-kejadian yang terjadi selama penelitian, dan keadaan lingkungan tempat penelitian berlangsung (Usman dan Akbar, 2008).

Berdasarkan penjabaran di atas, maka penelitian deskriptif kualitatif di sini yaitu jenis penelitian yang berusaha memaparkan dan menggabarkan mengenai dampak persepsi penonton remaja kota Samarinda terhadap program *Ini Talkshow* di NET.Tv

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dimaksudkan untuk membatasi hal yang diteliti, sehingga dengan pembatasan tersebut akan mempermudah penelitian dalam hal pengelolaan data yang kemudian menjadi sebuah kesimpulan. Sesuai dengan masalah yang dirumuskan, maka penelitian ini memfokuskan pada penonton *Ini Talkshow* Net.Tv bagi remaja kota Samarinda. Sehingga yang menjadi fokus penelitian, yaitu:

1. Komponen Kognitif

Yaitu komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek. Objek yang akan diambil adalah Remaja Pertengahan yaitu Remaja di SMA N 1 Samarinda. Dari pengalaman kemudian akan terbentuk suatu kepercayaan tentang objek dari persepsi tersebut.

2. Komponen Afektif

Afektif berhubungan dengan rasa bahagia dan tidak bahagia. Rasa tersebut timbul dari persepsi wawancara dalam Penelitian. Jadi sifatnya langsung yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Penelitian Lapangan (*Field Work Research*). Yaitu, peneliti berusaha mendapatkan data dan informasi dengan mengadakan pengamatan langsung dengan obyek yang diteliti dengan cara observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

- a. Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti yang didasarkan atas pengamatan secara langsung untuk memperoleh keyakinan tentang keabsahan data.
- b. Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Pewawancara disebut *interviewer*, sedangkan orang yang diwawancara disebut *resource*. Wawancara berguna untuk mendapatkan data dari tangan pertama (*primer*), sebagai pelengkap dan penguji hasil dari teknik pengumpulan data lainnya.
- c. Dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang memang terkait dengan bahan penelitian. Biasanya data yang diperoleh dengan cara ini adalah data yang bersifat sekunder. (Usman dan Akbar, 2008).
- d. Analisis persepsi merupakan bagian khusus dari studi khalayak yang mencoba mengkaji secara mendalam proses aktual di mana wacana media diasimilasikan melalui praktek wacana dan budaya khalayaknya. Ada tiga elemen pokok dalam metodologi resepsi yang secara eksplisit bisa disebut sebagai "*the collection, analysis, and interpretation of reception data*" (Jensen, 1999).

Teknik Analisis Data

Menurut Bogden dan Biklen (1992), analisis data adalah proses pencarian dan penyusunan data yang sistematis melalui transkrip wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi yang secara akumulasi menambah pemahaman peneliti terhadap yang ditemukan. Sedangkan menurut Spardley (1997), analisis data merujuk pada sesuatu untuk menentukan bagian-bagian itu dengan keseluruhan. (Usman dan Akbar, 2008).

Secara garis besar analisis data dapat dilakukan dengan cara antara lain:

1. Pengumpulan Data
2. Reduksi Data
3. Penyajian Data
4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Program Ini Talkshow

Ini Talkshow merupakan acara *talkshow* yang dikemas dengan suasana santai. Membahas persoalan hangat yang ada di masyarakat ataupun kehidupan selebritis atau tokoh-tokoh masyarakat dengan cara sederhana, dengan host Sule dan Andre Taulany dimana sosok figur seperti mereka masih memiliki daya jual dan masih cukup menarik bagi pemirsa, termasuk pemirsa dengan kelas ekonomi menengah ke bawah, NET.Tv secara jeli memakai kedua figur tersebut untuk mengisi program *talkshow*.

Remaja Sebagai Informan

Menurut Kartini Kartono (1995) ada 3 kategori remaja, yaitu remaja awal, pertengahan dan akhir. Dalam penelitian ini yang dipilih untuk menjadi responden adalah remaja pertengahan yaitu umur 15-18 tahun. Menurut Kartono remaja pertengahan mempunyai kepribadian remaja yang pada masa ini masih kekanak-kanakan tetapi pada masa remaja ini timbul unsur baru yaitu kesadaran akan kepribadian dan kehidupan badaniah sendiri. Remaja mulai menentukan nilai-nilai tertentu dan melakukan perenungan terhadap pemikiran filosofis dan etis. Maka dari persaan yang penuh keraguan pada masa awal ini rentan akan timbul kemantapan pada diri sendiri. Rasa percaya diri pada remaja menimbulkan kesanggupan pada dirinya untuk melakukan penilaian terhadap tingkah laku yang dilakukannya. Selain itu pada masa ini remaja menemukan diri sendiri dan jati dirinya.

Kriteria yang masuk dalam remaja pertengahan umur 15-18 tahun adalah siswa SMA. Dalam penelitian ini responden yang di ambil adalah siswa SMA N 1 Samarinda kelas XI IPS 2.

Skenario dalam Ini Talkshow Menjadi Hiburan dan Informasi

Peneliti menganalisis berdasarkan dari jawaban 10 informan tersebut bahwa alasan mereka mau menonton program *Ini Talkshow* yaitu untuk dapat menambah

informasi serta hiburan yang terjadi seputar dunia entertainment di Indonesia. Hal ini bisa dilihat dari latar belakang dan aktivitas yang sesuai dengan informan katakana pada saat kegiatan wawancara. Pada dasarnya remaja khususnya siswa SMA menyukai tayangan yang dapat memberikan manfaat positif dan menghibur kepada penontonya seperti memberikan informasi dengan penyajian santai yang di dampingi dengan lagu-lagu dan komedi, agar setelah mereka menonton televisi bukan hanya sekedar memberikan hiburan semata ataupun menceritakan tentang kisah kehidupan para *artis* yang seharusnya tidak perlu diketahui oleh masyarakat, tetapi ketika mereka menonton televisi informasi yang di dapat bertambah secara tidak langsung. Karena informasi dapat diperoleh dari mana saja, tidak harus dengan belajar dikelas dan membaca buku tetapi pada kehidupan sehari-hari, berinteraksi dengan seseorang maupun menonton televisi pun kita bisa mendapat pengetahuan yang baru.

Persepsi Positif dan Negatif Tayangan Ini Talkshow pada Remaja

Hasil analisis peneliti mengenai jawaban 8 informan yang sudah diwawancarai sebelumnya, yang menjadi efek tayangan *Ini Talkshow* dibandingkan dengan tayangan lainnya yang sejenis yaitu dari segi penyajian tayangan tersebut. Seperti yang telah kita ketahui *Ini Talkshow* merupakan tayangan yang bersifat hiburan, maka dari itu program acara ini harus bisa menyajikan tayangan yang dapat menarik perhatian para penontonya. Karena penonton memiliki hak bebas memilih dalam menonton tayangan apa saja yang mereka inginkan. Semakin banyak peminat penontonya maka semakin naiknya *rating* program acara tersebut. Dalam dunia pertelevisian tentu adanya persaingan dalam sebuah program acara televisi yang di naungi oleh stasiun televisi. Mereka pastinya berlomba-lomba dalam menarik perhatian penontonya untuk mengejar *rating*. Dengan banyaknya berbagai program acara televisi yang ada, maka banyaknya pilihan penonton dalam memilih tayangan mana yang akan di tontonnya.

Berbagai jenis program acara televisi, ada yang bersifat hiburan seperti sinetron, acara musik maupun acara yang lain selain dengan program *Ini Talkshow*. Namun tayangan *Ini Talkshow* tetap konsisten pada kosep awalnya dalam menyajikan sebuah hiburan juga menyajikan informasi kepada penontonya, ditengah banyaknya program acara televisi yang sedang ramai digandrungi oleh masyarakat. Selain tayangan *Ini Talkshow*, terdapat beberapa jenis tayangan yang serupa namun tetap memiliki perbedaan dan kelebihan diantara masing-masing tayangan tersebut.

Bintang Tamu Ini Talkshow dapat Menginspirasi Penonton

Seperti yang sudah peneliti jelaskan tadi bahwa setiap penyajiannya, *Ini Talkshow* selalu bervariasi dalam menghadirkan bintang tamu dalam berbagi informasi maupun hiburan kepada penonton. Sehingga memiliki kesan yang mendalam bagi penonton setianya. Hal tersebut menandakan bahwa ada banyaknya tema yang pernah dibahas di setiap episodenya.

Berbagai informasi yang masih di ingat oleh informan sebagai penonton yaitu tentang seputar hiburan dan pengetahuan. Ada banyak informasi yang sangat bermanfaat sehingga penonton senang untuk selalu mengikuti tayangan tersebut terutama mengenai entertainment. Selalu dapat memberikan sesuatu yang fenomenal baru agar dapat menarik perhatian penontonya, kemudian hal aneh dan unik tersebut dapat di ingat karena memang tidak lazim (tidak umum) bagi mereka sebelumnya.

Konsep Komedi dari Host Ini Talkshow Menghibur Penonton

Adapun berbagai perasaan yang mereka peroleh setelah menonton tayangan *Ini Talkshow* berdasarkan dari apa yang mereka lihat saat itu. Karena tayangan *Ini Talkshow* merupakan tayangan memiliki banyak macam dalam penyayangannya maka dari itu menimbulkan respon tersendiri pada penontonya.

Beberapa macam respon penonton tentu berdasarkan dari apa yang mereka lihat. Jika tayangan yang ditampilkan tentang hiburan maka akan menimbulkan perasaan menghibur pada diri penontonya. Karena jika tayangan tersebut menjadi tayangan favorit bagi penonton maka tentang apa saja yang di tampilkan akan menimbulkan berbagai respon terhadap penonton.

Pembahasan

Pembahasan dari hasil penelitian ini akan menguraikan data dari hasil penelitian selama melakukan observasi, wawancara dan penelitian kepustakaan, uraian dari hasil penelitian ini telah dikaitkan dengan Teori Interaksionalisme Simbolik.

Jam Tayang Ini Talkshow pada Pukul 21.00 WITA Merupakan Jam Belajar /Istirahat Siswa

Dari hasil wawancara peneliti terhadap 10 remaja siswa SMA kelas XI IPS 2, maka terdapat 10 informan memiliki jawaban yang sama yaitu mereka tidak terganggu dengan tayangan *Ini Talkshow* saat jam belajar/istirahat. Kemudian dengan penempatan jam tayang yang merupakan jam belajar/istirahat remaja siswa tetapi tayangan ini menjadikan tayangan yang lebih banyak diketahui oleh penonton remaja dibanding tayangan yang lain. Karena kebanyakan tayangan yang sejenis, tayang pada waktu siang atau sore hari. Dimana jam tersebut merupakan jam sekolah dan jam sibuk, hal inilah yang menyebabkan penonton remaja siswa tertarik pada tayangan *Ini Talkshow* yaitu karena tayangan tersebut muncul di layar kaca televisi Indonesia walaupun jam tayang *Ini Talkshow* merupakan jam belajar/istirahat tidak pada jam sibuk sehingga tidak mengganggu waktu mereka .

Penonton yang pasif akan lebih mudah terkena terpaan dan pengaruh atas apa yang baru saja mereka lihat dari tayangan, karena menurut nya media televisi adalah merupakan salah satu kebutuhan bagi mereka dalam kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Dari wawancara yang dilakukan, peneliti melihat bahwa 10 informan ini menganggap bahwa tayangan *Ini*

Talkshow dapat memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi mereka dan kemudian tidak adanya rasa terganggu pada jam istirahat/belajar pada tayangan tersebut. Mereka cenderung langsung meluangkan waktu dan kemudian menontonnya pada jam tersebut.

Efek Kognitif

Sesuai dengan apa yang menjadi fokus penelitian, peneliti telah melakukan wawancara 10 remaja siswa SMA kelas XI IPS 2 mengenai tayangan *Ini Talkshow*. Dari hasil yang didapatkan, bahwa ternyata media televisi memiliki pengaruh yang sangat besar bagi penontonnya dalam memberikan informasi melalui apa yang mereka tayangkan. Media dapat menimbulkan beberapa pembentukan kognitif bagi penontonnya, dengan memberikan tayangan berupa pengetahuan dan menambah informasi dapat menimbulkan persepsi dan tanggapan bagi penontonnya. Masyarakat yang tergantung pada media cenderung menganggap informasi yang diberikan oleh media adalah suatu kebenaran yang harus mereka ketahui, akibatnya pada penontonnya seperti ini dapat dengan mudah terkena terpaan media salah satunya yaitu media televisi sebagai media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat.

Efek Afektif

Tayangan *Ini Talkshow* dapat memberikan sesuatu yang unik dalam segi penyajian dan keseluruhan tayangan dalam memberikan informasi maupun hiburan kepada penontonnya. Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada 10 siswa sebagai informan, jawaban yang didapatkan yaitu semua dari mereka memiliki perasaan senang, terhibur, kagum, histeris, *amazing* dan lain sebagainya.

Hasil Analisa

Berdasarkan dari uraian diatas bahwa mayoritas dari mereka menjadi terinspirasi dan mendapat informasi atas apa yang diberikan oleh bintang tamu yang hadir dalam program tayangan *Ini talkshow* mengenai informasi tentang berbagai tips dalam seputar entertainment, olahraga dan lain-lain. Hal tersebut sesuai dengan teori yang peneliti gunakan sebagai pisau analisis penelitian yaituyaitu *Social Learning Theory* (Teori Pembelajaran Sosial) atau pembelajaran berdasarkan observasi dari Bandura (1986). Model efek media yang secara luas dijadikan rujukan, terutama dalam hubungannya dengan anak-anak dan remaja. Sehingga mereka akan mengikuti atau meniru dari informasi yang mereka dapatkan setelah menonton tayangan *Ini Talkshow*, jika tayangan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan mudah untuk mereka ikuti, maka mereka akan meniru informasi yang mereka dapatkan. Timbulnya inspirasi untuk mengikuti dalam kehidupan sehari-hari yaitu tips yang diberikan oleh tayangan *Ini Talkshow*, seperti menjaga kesehatan, salah satunya membuat juice dari bahan buah-buahan untuk mendapatkan kulit dan tubuh yang sehat. Namun tidak semua penonton bersifat pasif, pada situasi yang berbeda mereka dapat berubah menjadi aktif.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan beberapa hal mengenai dampak tayangan *Ini Talkshow* terhadap efek pesan media massa pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

1. Berdasarkan dari uji teori komunikasi massa yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaituyaitu *Social Learning Theory* (Teori Pembelajaran Sosial) atau pembelajaran berdasarkan observasi dari Bandura (1986). Model efek media yang secara luas dijadikan rujukan, terutama dalam hubungannya dengan anak-anak dan remaja. Bahwa media massa salah satunya yaitu televisi, memiliki pengaruh atau efek yang besar bagi remaja khususnya siswa SMA melalui tayangan-tayangan televisi yang bermacam-macam bentuknya. Seperti yang kita ketahui bahwa banyaknya tayangan yang bersifat *edutainment* sehingga dapat menarik perhatian masyarakat untuk menonton tayangan tersebut. Kemudian dari aktivitas menonton tayangan tersebut maka akan timbulnya efek positif seperti mendapatkan informasi dan pengetahuan. Selain itu hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa tidak semua penonton merupakan penonton pasif, namun dalam situasi berbeda penonton pasif tersebut dapat berubah menjadi penonton aktif.
2. Dilihat dari hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, bahwa timbulnya persepsi yang terjadi pada remaja kota Samarinda terhadap tayangan *Ini Talkshow*. Yaitu adanya informasi dan pengetahuan yang didapat, kemudian timbulnya perasaan senang dan adanya perilaku meniru atau mengikuti setelah mereka menonton tayangan *Ini Talkshow*.
3. Program acara *Ini Talkshow* memiliki konsep *talkshow comedy*, yang tidak hanya memberikan hiburan namun juga memberikan informasi dan pendidikan dari pengalaman para bintang tamu. Memberikan hiburan melalui dari para *cast*, memberikan informasi melalui pengalaman atau cerita para bintang tamu, memberikan pendidikan karena di acara ini para *cast* dituntut untuk tidak mengeluarkan kata ejekan kepada *cast* lain, tidak boleh menjatuhkan satu dengan yang lainnya. Jika mereka melakukannya maka akan ditegur secara langsung (*live*) dan mendapat sanksi membayar denda yang telah disepakati.
4. Program acara *Ini Talkshow* menghadirkan 2 pelawak kondang sebagai host yang menjadi daya tarik di acara tersebut, yaitu Sule dan Andre Taulany. Dimata masyarakat 2 pelawak ini sudah cukup dikenal dan menjadi perpaduan yang tepat untuk menghibur masyarakat. Ditambah *cast* yang dihadirkan pula, seperti Nunung, Maya, Tukul, H. Bolot, mang Saswi, Dede, dan Yujeng semakin menambah tawa dalam program acara tersebut.
5. Bintang tamu yang dihadirkan bukan dari kalangan selebritis saja, namun juga tokoh politik, tokoh insiratif, dan tokoh-tokoh masyarakat yang dapat memberikan inspirasi kepada pemirsa dengan menampilkan sisi lain dari bintang tamu yang berbeda dan unik

6. Penempatan waktu yang tidak tepat pada Program Acara Ini Talkshow yang ditayangkan di primetime (21.00-22.30 WITA) seharusnya menjadi jam belajar/istirahat remaja siswa SMA N 1 yang telah melaksanakan program Pemerintah Full Day. Tetapi dalam penelitiannya pada jam tayang tersebut tidak mengganggu jam belajar/istirahat mereka. Dalam hal ini menyatakan bahwa remaja Kota Samarinda sangat membutuhkan hiburan, salah satu hiburan yang dipilih remaja adalah menonton televisi, yaitu menonton program acara *Ini Talkshow* di Net.Tv
7. Dalam hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, bahwa tayangan *Ini Talkshow* dapat memberikan efek bagi siswa setelah menonton tayangan tersebut. Persepsi yang didapat oleh siswa SMA Negeri 1 Samarinda kelas XI IPS 2 adalah efek kognitif, pada efek ini semua informan yang telah diwawancarai terkena terpaan. Pada efek afektif juga semua informan masuk pada tahap efek tersebut.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan setelah melihat dari hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Siswa diharapkan agar lebih selektif dan kritis dalam menanggapi sebuah tayangan yang disuguhkan oleh televisi, sehingga tidak mudah mempercayai atas apa yang baru saja mereka lihat. Melalui televisi memang dapat memberikan penonton segudang informasi, namun siswa harus bisa untuk memilah dan memilih informasi yang bermanfaat bagi diri sendiri agar dapat dijadikan pelajaran dan diaplikasikan pada kehidupan sehari-hari.
2. Bagi tayangan *Ini Talkshow* yang dinaungi oleh Net.Tv sebagai stasiun televisi swasta, diharapkan untuk dapat memberikan tayangan yang lebih memberikan manfaat bagi penontonya. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan sesuatu yang baru agar tidak terlalu monoton dalam tampilannya sehingga penonton tidak merasa bosan ketika menonton tayangan *Ini Talkshow*.
3. Kepada semua masyarakat sebaiknya tidak mencari hiburan dan informasi dari satu sumber saja seperti televisi, namun harus memiliki referensi lain untuk mendapatkan informasi dan hiburan lainnya.
4. Hal lain yang dapat disarankan adalah kemungkinan penelitian-penelitian yang sejenis akan ada dengan berkesinambungan dalam jangka waktu tertentu, untuk itu diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pandangan terhadap penelitian selanjutnya, demi perkembangan ilmu pengetahuan yang lebih baik kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Bandura, Albert. 1986. *Social Foundations of Thought and Action*.

Fiske, John. 1997. *Television Culture*. London: Rotledge.

Jensen, Klaus Bruhn. 1999. *Media Audiences. Reception Analysis; mass communication as the social production of meaning*". Dalam Klaus Bruhn

- Jensen & Nicholas WJankowski. (eds.). A handbook of qualitative Methodologies for Mass Communication Research London :Routledge.*
- KarlinahSiti, 1999. *Komunikasi Massa*. UT, Jakarta
- Kartini Kartono,1995. *Psikologi Umum*.
- Latief, R & Utud, Y. 2015. *Siaran Televisi Non-Drama: Kreatif, Produksi, Public Relations dan Iklan*.
- Mc Quail, Dnis, 2000. *TeoriKomunikasi Massa edisi 6 buku 2*. Salemba Humanika
- Morissan, M.A. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio &Televisi*.
- Kencana, Prenada media
- Moleong, Lexy j. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosda karya Offset.
- Rachmah Ida, 2014. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Prenada Media Grup
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009.*PsikologiKomunikasi*. Bandung: Remaja Rosda karya
- Ratna, N. K. 2007. *Sastra dan Culture Studies Representasi Fiksi dan Fakta*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Samsunuwiyati Mar'at. 2006. *Suatu Pengantar Psikolinguistik*. Refika Aditama, Eresco. Bandung
- SingarimbunMasri, Effendi Sofyan. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Yogyakarta: Pustaka LP3ES
- Sutrisno, P.C.S, 1993. *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*. Jakarta: Gramedia
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta
- Walgito, Bimo, 2003. *Psikologisosial (SuatuPengantar)*, ANDI, Yogyakarta
- Wibowo Fred, 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*.Pinus Book Publisher, Yogyakarta

Sumber Internet:

www.Andhikamediatama.com

www.kpi.go.id

www.kompassiana.com

Azman Azwan Azmawati, Mahyuddin Ahmad. Google Book, Antologi Esei Komunikasi: Teori, Isu dan Amalan (Penerbit USM).

Fred, Wibowo. 2007. Google Book, KebudayaanMenggugat.

Komponen-komponenTalk

Show.

([http://thesis.binus.ac.id/eColls/eThesisdoe/Bab2/2011-2-01699-](http://thesis.binus.ac.id/eColls/eThesisdoe/Bab2/2011-2-01699-MC%20Bab2001.pdf)

[MC%20Bab2001.pdf](http://thesis.binus.ac.id/eColls/eThesisdoe/Bab2/2011-2-01699-MC%20Bab2001.pdf)). Aksespadatanggal 2 Maret 2013PengertianTalk Show

(<http://www.perpuskita.com/pengertian-talkshow.com/pengertian-talkshow/149/>).

Aksespadatanggal 1 Maret 2013

www.indikaenergy.com