

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dunia pertelevisian di Indonesia semakin berkembang, menawarkan berbagai macam acara seperti musik, film, informasi umum, *talkshow*, atau sinetron yang memberikan suguhan humor untuk para penggemarnya. *Talkshow* atau acara bincang-bincang dengan tamu adalah salah satu acara unggulan berbagai stasiun televisi di Indonesia, dari artis, pejabat, netizen, dan orang-orang yang berpengaruh di kehidupan sosial diundang dalam acara ini. Istilah *talkshow* merupakan aksen yang berasal dari bahasa Inggris.

Program *talkshow* adalah pembicaraan tiga orang atau lebih yang membicarakan tentang suatu permasalahan. Dalam program ini masing-masing tokoh yang diundang dapat saling berbicara mengemukakan pendapat dan presenter atau tuan rumah bertindak sebagai moderator. Saat ini, hampir seluruh masyarakat terutama mahasiswa di Indonesia menonton program *talkshow* yang membahas masalah-masalah yang sedang hangat dibicarakan dimasyarakat.

Salah satu teori komunikasi massa yang populer dan sering digunakan sebagai kerangka teori dalam mengkaji realitas komunikasi massa adalah *uses and gratifications*. Pendekatan teori ini menekankan riset komunikasi massa pada konsumen pesan atau komunikasi dan tidak begitu memperhatikan mengenai pesannya. Kajian yang dilakukan dalam *Uses and Gratifications* mencoba untuk menjawab pertanyaan: “Mengapa orang menggunakan media dan apa yang mereka gunakan untuk media?” (Sumadiria, 2013:264).

Sesuai pendekatan *Uses and Gratifications* bahwa model ini tidak

tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media pada diri orang, tetapi lebih tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sini timbul *Uses and Gratifications*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan (Rachmat, 2004: 65).

Teori *uses and gratification* adalah teori yang menjelaskan bagaimana komunikasi memilih medianya sendiri sesuai dengan kebutuhannya. *teori uses and gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2004:289-290).

Siaran *talkshow* dianggap menarik perhatian khalayak karena konstruksi siarannya yang bersifat dialogis, interaktif dan tidak monoton. Dalam arti dapat menarik partisipasi *audience* yang hadir dalam forum *talkshow* maupun pemirsa yang menyaksikan siaran itu. Berdasarkan pengembangannya, siaran *talkshow* pada media televisi saat ini memiliki ragam jenis dan format, baik yang dikonstruksi secara formal maupun non formal.

Semakin banyaknya program *talkshow* hiburan di beberapa stasiun televisi di Indonesia, belakangan ini tidak membuat Trans 7 sebagai satu-satunya stasiun televisi swasta yang mengambil segmen berita menjadi gentar. Sebagai salah satunya yaitu acara *talkshow* Mata Najwa yang dipandu oleh seorang jurnalis, Najwa Shihab, S.H. Berawal dari kegemaran peneliti menonton acara *talkshow* Mata Najwa yang tayang setiap hari Rabu pukul 20:00 WIB. Siaran *talkshow* yang ditayangkan secara *live* dan mendapatkan porsi waktu "*part time*" cukup membuktikan bahwa program tersebut sukses meraih perhatian banyak khalayak. Dalam perspektif ekonomi media, program tersebut dapat meningkatkan jumlah pengiklan dan jumlah rating yang akan diraih oleh media televisi bersangkutan.

*Talkshow* ini berusaha menampilkan debat yang membawa suara bukan hanya sekedar berisik. Mempertunjukkan peran aktif sebagai media penyeimbang yang mengetengahkan aspirasi publik dengan pendekatan sejarah sebagai hal penting yang memperkuat materi. Riset tentang materi tidak hanya mendalam dan fokus pada satu isu, tetapi juga komperhensif dan jeli membaca fenomena (Effendy, 2015:63). Untuk itu setiap episode Mata Najwa selalu didukung dengan peristiwa mendasar sebagai bahan menggali kebenaran pernyataan narasumber, sehingga pertanyaan yang dilontarkan tidak hanya berdasarkan isu yang berkembang di masyarakat, akan tetapi telah disesuaikan dengan kejadian yang pernah terjadi sebelumnya.

Mata Najwa merupakan salah satu program *talkshow* yang menyuguhkan konsep yang berbeda. Program *talkshow* Mata Najwa diisi dengan diskusi dan sedikit humor. Bintang tamu yang dihadirkan adalah orang-orang yang paham atas suatu peristiwa yang tengah hangat diperbincangkan masyarakat. Dalam program *talkshow* Mata Najwa episode “Cipta Kerja Mana Fakta Mana Dusta” pada hari Rabu tanggal 14 oktober 2020 yang membahas tentang Undang-Undang Cipta Kerja atau *Omnibus Law* yang saat ini sedang banyak dibicarakan oleh masyarakat bahkan sampai mahasiswa pun ikut menyuarakan tentang Undang-Undang ini.

Diawal tahun 2020 pemerintah tengah mempersiapkan Rancangan Undang-Undang (yang selanjutnya diangkat sebagai RUU) Cipta Kerja dengan menggunakan konsep *Omnibus Law*. RUU ini sedang dipersiapkan oleh pemerintah untuk dijadikan sebuah skema yang dalam upaya membangun perekonomian Indonesia agar mampu menarik investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia. Pemerintah memandang perlu adanya RUU Cipta Kerja ini karena tingginya angka pengangguran di Indonesia yang mencapai 7 juta jiwa sehingga diharapkan RUU ini mampu membuka lapangan kerja baru.

Konsep *Omnibus Law* ini merupakan konsep yang baru digunakan dalam sistem perundang-undangan di Indonesia. Sistem ini biasanya disebut sebagai Undang-Undang sapu jagat karena mampu mengganti beberapa norma undang-undang dalam satu peraturan. Selain itu konsep ini juga dijadikan misi untuk memangkas beberapa norma yang dianggap tidak sesuai dengan perkembangan zaman dan merugikan kepentingan negara.

Di dalam RUU Cipta Kerja memiliki 11 klaster yang salah satu diantaranya mengatur tentang ketenagakerjaan. Klaster ini melingkupi 3 undang-undang yang dilebur menjadi satu yakni Undang-Undang Nomor 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, Undang-Undang Nomor 40 tahun 2004 tentang sistem jaminan sosial, dan Undang-Undang Nomor 24 tahun 2011 tentang badan penyelenggara jaminan sosial. Pada klaster ketenagakerjaan ini pemerintah berupaya untuk mengharmonisasikan 3 Undang-Undang tersebut agar sejalan sehingga mampu memberikan sebuah ruang kepada investor untuk melihat regulasi yang telah disempurnakan tanpa perlu khawatir adanya regulasi yang tumpang tindih dan mengakibatkan kerugian kepada investor itu sendiri.

Di dalam proses RUU ini banyak sekali opini-opini masyarakat yang tidak setuju dengan adanya RUU ini. Adanya opini-opini publik ini tidak lain disebabkan karena pengerjaannya yang di *deadline* hanya selama 100 hari oleh presiden Jokowi dan juga tidak melibatkan banyak pihak dalam pembuatannya. Akan tetapi ada satu hal yang sangat penting dan menjadi permasalahan utama didalam penyusunan RUU ini. Permasalahan tersebut adalah adanya pemotongan pesangon kepada para buruh yang diputus hubungan kerjanya oleh perusahaan.

Para serikat buruh menganggap ada beberapa pasal RUU Cipta Kerja yang merugikan pekerja atau buruh. Isi *Omnibus Law* ini dianggap merugikan. Berikut isi dari *Omnibus Law* Cipta Kerja yang dianggap merugikan.

1. Terkait upah minimum
2. Memangkas pesangon
3. Penghapusan izin atau cuti khusus
4. Outsourcing semakin tidak jelas
5. Memberikan ruang bagi pengusaha mengontrak seorang pekerja tanpa batas waktu

Selain protes dari buruh, *Omnibus Law* juga mendapatkan protes keras dari mahasiswa se-Indonesia. Bahkan dari sebelum penetapan disahkannya UU Cipta Kerja ini mahasiswa dengan berbagai aliansinya sudah mengkaji perihal ini. Kemudian setelah disahkannya UU Cipta Kerja ini pada tanggal 5 Oktober 2020, semakin membakar rasa kepedulian mahasiswa masyarakat Indonesia. Mahasiswa menyikapi realitas sosial adalah pembelajaran yang efektif bagi mereka yang merupakan *agent of change*.

Mahasiswa adalah bagian generasi muda penerus perjuangan bangsa. Sebagai bagian dari generasi yang berpartisipasi aktif dalam pembangunan, mahasiswa menempati posisi yang strategis baik dari usia maupun pengalaman pendidikannya. Pengetahuan serta keterampilan yang diperoleh selama dibangku kuliah ditambah dengan semangat yang relatif tinggi, memposisikan kalangan mahasiswa sebagai sumber pemasok tenaga kerja yang potensial dan positif.

Mahasiswa merupakan salah satu unsur dalam proses pendidikan di perguruan tinggi. Secara kognitif, mahasiswa juga telah mampu berpikir berdasarkan alasan-alasan ilmiah. Apalagi kemampuan mereka untuk melihat dari persepsi yang berbeda, sehingga tampak bahwa mereka mampu melihat persoalan secara kritis. Mereka tidak akan memproses informasi serta mengadaptasikannya dengan persepsi mereka sendiri.

Seperti halnya manusia lainnya, mahasiswa juga mempunyai kemampuan untuk mempersepsikan berbagai hal di sekitarnya. Menurut

Lahlry sebagaimana dikutip oleh Severin dan Tankard, mengatakan bahwa persepsi merupakan proses yang digunakan manusia untuk menginterpretasikan data-data sensoris yang sampai kepada manusia melalui lima indera (Tankard, 2005).

Selain itu, karena persepsi merupakan aktifitas yang *integrated*, maka seluruh apa yang ada pada individu seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan aspek-aspek lain akan ikut berperan dalam persepsi tersebut (Walginto, 2003). Dalam hubungan ini, peneliti berupaya mengungkap persepsi mahasiswa dengan kemampuan melihat persoalan secara kritis namun juga dipengaruhi oleh perasaan, pengalaman, kemampuan berfikir, kerangka acuan, dan aspek-aspek lain dalam diri seseorang tersebut.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi itu baik yang positif maupun negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Dan munculnya suatu persepsi positif ataupun persepsi negatif, semua itu tergantung bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang obyek yang dipersepsikan.

Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa tepatnya pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Dipilihnya mahasiswa sebagai responden karena dianggap pada masa-masa tersebut para mahasiswa bisa bersifat lebih bijak menanggapi suatu permasalahan yang ada di sekitarnya. Seperti yang diungkapkan oleh Dario, mahasiswa yang berumur diatas 19-28 tahun telah memiliki kemampuan intelektual maupun keterampilan dalam menganalisa sebuah informasi ditunjang dengan sikap pandang yang lebih realistis terhadap lingkungan social sehingga dapat mengikuti perubahan zaman (Dario, 2004:66).

Pada hakikatnya UU Cipta Kerja ini tidak seperti apa persepsi yang sekarang digerungkan merugikan, mungkin banyak hal yang belum dikaji

oleh masyarakat Indonesia perihal *Omnibus Law* yang sebanyak seribu halaman kurang lebih. Oleh karena itu perlu sekali untuk kita menonton program *talkshow* Mata Najwa episode UU Cipta Kerja “Mana Fakta Mana Dusta” karena di dalam *talkshow* nya menghadirkan orang-orang yang bersangkutan akan kasus ini.

Berkaitan dengan hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti secara komprehensif tentang “**Pengaruh Menonton Program *Talkshow* Mata Najwa Terhadap Persepsi Mahasiswa Tentang UU Cipta Kerja**” survey pada Mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon Semester 6 dan 8 yang Menonton Program *talkshow* Mata Najwa Episode Cipta Kerja: Mana Fakta Mana Dusta”. Dikarenakan program *talkshow* Mata Najwa di Trans 7 dianggap sebagai suatu tayangan yang fenomenal dan juga menjadi perbincangan akademisi, khususnya di kalangan mahasiswa. Dalam hal ini, mahasiswa adalah kalangan yang dipandang memahami program televisi dan mampu berfikir rasional-kritis terhadapnya.

## **B. Pembatasan Masalah**

Agar peneliti lebih terarah, maka peneliti akan membatasi penelitian ini hanya pada persepsi mahasiswa tentang UU Cipta Kerja yang ada diprogram *talkshow* Mata Najwa saja. Penelitian ini terfokus hanya pada persepsi mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon semester 6 dan 8 tentang UU Cipta Kerja.

## **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, permasalahan yang akan dikaji oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa tinggi tingkat menonton mahasiswa semester 6 dan 8 prodi KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada program *talkshow* Mata Najwa episode “Cipta Kerja: Mana Fakta Mana Dusta” ?
2. Seberapa besar pengaruh menonton program *talkshow* Mata Najwa episode “Cipta Kerja: Mana Fakta Mana Dusta” terhadap persepsi

mahasiswa semester 8 dan 6 prodi KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jawaban dari rumusan masalah diatas, yaitu:

1. Untuk mengetahui tingkat menonton mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada program *talkshow* Mata Najwa Episode “Cipta Kerja: Mana Fakta Mana Dusta”.
2. Untuk mengetahui pengaruh menonton program *talkshow* Mata Najwa Episode “Cipta Kerja: Mana Fakta Mana Dusta” terhadap persepsi mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis.

1. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Penulis

Sebagai implementasi atas ilmu yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan, sekaligus untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1).

- b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dan pemahaman mahasiswa mengenai program *talkshow* dalam persepsi mahasiswa.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam serta bagi kajian-kajian dari penelitian dibidang ilmu komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi massa dan persepsi mahasiswa, sekaligus menguji validitas teori yang digunakan dalam penelitian. Khususnya pada kajian studi kuantitatif deskriptif tentang persepsi mahasiswa tentang UU Cipta Kerja yang

menonton program *talkshow* Mata Najwa.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk memahami gambaran yang lebih jelas mengenai hal-hal yang akan diuraikan dalam penelitian ini, maka peneliti membagi sistematika penulisan ke dalam tiga bab, sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas tentang: Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN TEORI**

Pada bab ini membahas tentang penelitian terdahulu, teori-teori terkait yang digunakan dalam penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang keseluruhan metode yang digunakan dalam penelitian, mulai dari tempat dan waktu penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sample, operasionalisasi variabel penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, instrumen penelitian, teknik uji instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

Pada bab ini dapat dikatakan sebagai jawaban secara menyeluruh atas rumusan masalah yang terdapat pada bab I. Bab IV sendiri akan membahas terkait gambaran umum objek penelitian, penyajian data yang telah diolah serta dianalisis sehingga data yang berasal dari responden senantiasa dapat dipahami oleh pembaca. Data yang

berasal dari responden ini senantiasa diberikan pembahasan setelah dianalisis, sehingga data tersebut menjadi representasi jawaban dari rumusan masalah yang ditanyakan.

## **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan, serta lampiran-lampiran sebagai bahan.

