

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

PENGARUH TALKSHOW MATA NAJWA TERHADAP PENINGKATAN WAWASAN KEBANGSAAN DIKALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA

Setiamenda Ginting¹, Hidayat Gari²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Sari Mutiara Indonesia
Email: menda.setia@yahoo.com

ABSTRAK

Televisi merupakan hasil perkembangan teknologi yang semakin maju dalam menyampaikan pesan melalui audio dan visual secara bersamaan, sehingga informasi lebih mudah dipahami dan mampu memberikan kesan. Program acara Mata Najwa merupakan salah satu program acara di media TV yang memberikan informasi yang mendalam tentang kejadian yang dialami tokoh politik, pemerintahan sampai ke masyarakat umum yang layak untuk diketahui permasalahannya. Dari hasil Uji korelasi yang dilakukan diperoleh hasil 0,620 yang artinya terdapat pengaruh yang kuat antara program acara Mata Najwa terhadap peningkatan wawasan berkebangsaan. Dari uji regresi yang diperoleh sebesar 38% pengaruh talkshow Mata Najwa mempengaruhi pemenuhan wawasan berkebangsaan dan dari uji hipotesis yang dilakukan didapatkan hasil H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya terdapat Pengaruh Talkshow Mata Najwa Terhadap Peningkatan Wawasan Berkebangsaan dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial USM - Indonesia.

Kata kunci: Talkshow, Mata Najwa, Wawasan Berkebangsaan.

PENDAHULUAN

Televisi merupakan hasil perkembangan teknologi yang semakin maju dalam menyampaikan pesan melalui audio dan visual secara bersamaan, sehingga informasi lebih mudah dipahami dan mampu memberikan kesan. Indonesia siarannya dipandang sebagai salah satu media informasi yang mempunyai banyak penonton tanpa mengenal umur, jenis kelamin, status sosial dan pendidikan.

Televisi secara langsung maupun tidak langsung telah membawa pengaruh dalam masyarakat karena memiliki peran besar dalam pengembangan wawasan, membentuk pola pikir dan pendapat umum.

Selain itu televisi juga dapat menimbulkan persepsi yang berbeda terhadap apa yang diinformasikan. Hadirnya TVRI sebagai televisi pemerintah secara tidak langsung telah mendorong munculnya televisi swasta. Pada tahun 1989 pemerintah melalui Departemen Penerangan memberikan izin operasi kepada RCTI sebagai televisi swasta pertama di Indonesia untuk memulai siaran. Kemudian munculah televisi swasta lainnya seperti SCTV, MNC TV, ANTV, Indosiar, Metro TV, TV One, Trans TV, Trans 7, GlobalTV, Kompas TV dan Net.TV.

Komunikasi

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

Komunikasi berasal dari bahasa Latin *Communis* yang artinya “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau pesan dianut secara sama.

Komunikasi merupakan dasar interaksi dasar antar manusia. Kesepakatan atau kesepahaman dibangun melalui sesuatu yang berusaha bisa dipahami bersama hingga interaksi berjalan dengan baik. Kegiatan komunikasi pada prinsipnya adalah aktivitas pertukaran ide atau gagasan. Secara sederhana, kegiatan komunikasi dipahami sebagai kegiatan menyampaikan dan penerimaan pesan dari pihak satu ke pihak yang lain dengan tujuan mencapai kesamaan pandangan atas ide yang dipertukarkan.

Komunikasi Massa

Dalam buku *Komunikasi Massa* W.E. Tinambunan (2011:45) mengatakan, komunikasi *massa* adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintasan (khususnya media elektronik), meskipun khalayak ada kalanya

menyampaikan pesan kepada lembaga (dalam bentuk saran-saran yang sering tertunda).

Bagian-Bagian Komunikasi Massa

1. Penyiaran
2. Televisi
3. Talkshow

METODE PENELITIAN

Desain penelitian adalah perencanaan mendetail yang digunakan sebagai panduan untuk mencapai tujuan penelitian. Penelitian didesain sebagai penelitian yang bersifat korelasional. Penelitian korelasional merupakan penelitian yang bertujuan untuk mencari hubungan-hubungan antar variabel yang diteliti.

Metode pengambilan data sampel dari satu kelompok populasi menggunakan kuesioner yang terstruktur sebagai alat pengumpulan data yang pokok untuk mendapatkan informasi yang spesifik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, menerangkan dan menggambarkan hubungan pengaruh talkshow “Mata Najwa” terhadap peningkatan wawasan berkebangsaan.

Tempat penelitian

Tempat penelitian merupakan tempat dimana suatu penelitian dilakukan, dengan adanya tempat penelitian maka akan mempermudah peneliti melakukan penelitian. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia (USM-Indonesia).

Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan teknik komunikasi

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

tidak langsung, yaitu dengan menyebarkan kuesioner atau angket.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Sugiyono (2016:80) populasi adalah keseluruhan subjek, objek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain, populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia.

Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi Sugiyono (2016: 81) sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili bagian dari populasi. Jenis sampel yang digunakan adalah: *Sampling Purposive* merupakan pemilihan anggota sampel yang didasarkan atas tujuan dan pertimbangan tertentu dari peneliti digunakan oleh penelitian apabila populasi diasumsikan homogen sehingga sampel dapat diambil secara acak.

Data Penelitian

Jenis Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung yang berupa

informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

Teknik Pengumpulan Data.

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan teknik komunikasi tidak langsung, yaitu dengan menyebarkan kuesioner atau angket. Menurut Sugiyono (2016:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner pada penelitian ini menggunakan pengukuran skala likert, yang menggunakan empat alternatif perjenjangan dari kondisi yang sangat mendukung hingga yang sangat tidak mendukung.

PEMBAHASAN

Berdasarkan Jenis Kelamin dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan sebanyak 41 orang (54.7 %) dari ke 75 responden dan laki-laki sebanyak 34 orang (45.3 %) dari ke 75 responden. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden lebih banyak perempuan dibandingkan dengan laki-laki dari ke 75 responden.

Berdasarkan Program Studi menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jurusan adalah dari jurusan manajemen sebanyak 27 orang (36.0 %). Responden dari jurusan akuntansi sebanyak 25 orang (33.3 %). Responden dari jurusan Komunikasi sebanyak 6 orang (8.0 %), responden dari jurusan Perpustakaan sebanyak 5 orang (6.7 %), responden dari jurusan Hukum sebanyak 12 orang (16.0 %). Jadi dapat disimpulkan bahwa

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

responden yang lebih banyak adalah dari jurusan manajemen sebanyak 27 orang.

Hasil uji menunjukkan bahwa hubungan antara komunikasi interpersonal dengan kepuasan pasien sebesar 0.620 yang termasuk dalam kategori pengaruh yang kuat. Selanjutnya hasil pengujian hipotesis (X) menunjukkan bahwa Pengaruh Talkshow Mata Najwa memiliki hubungan signifikan terhadap wawasan kebangsaan dengan tingkat signifikan untuk variabel komunikasi interpersonal adalah 0,000 yakni lebih kecil dari 0,01.

Berdasarkan hasil analisis data dan setelah dilakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa sebanyak 75 % dimana variabel pengaruh talkshow mata najwa memiliki nilai mean 60.4533 dan standar deviasi sebesar 4.23438, yang artinya nilai mean > std deviasi sehingga mendedikasikan bahwa hasil cukup baik.

Demikian juga untuk variabel wawasan berkebangsaan dimana nilai mean 2.17040 > nilai std deviasi 1.25562. Hal tersebut dikarenakan std deviasi adalah pencerminan penyimpangan yang sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak bias.

Hasil Uji Regresi Linear menunjukkan bahwa ilai korelasi R sebesar 0.620, yang masuk dalam kategori hubungan yang kuat berdasarkan nilai koefisien korelasi yaitu berada diantara 0.6-0.799, dan Nilai (constant) menunjukkan nilai sebesar 28.148 artinya jika nilai variabel nilai konsisten variabel Wawasan Berkebangsaan adalah sebesar 28.148. Sedangkan Koefisien regresi X Sebesar 0.639 menunjukkan bahwa setiap

penambahan 1 % nilai variabel Pengaruh Talkshow Mata Najwa, maka nilai variabel Wawasan Berkebangsaan bertambah 0.639. Untuk Nilai variabel independen menunjukkan tanda positif sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Pengaruh Talkshow Mata Najwa terhadap Wawasan Berkebangsaan adalah positif. Hasil uji t dapat disimpulkan bahwa nilai sig hitung $0.000 < 0.1$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara Pengaruh Talkshow Mata Najwa dengan Wawasan Berkebangsaan. Berdasarkan nilai t dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y atau terima H_a dan tolak H_o . Dapat diketahui bahwa terdapat hubungan baik antara (variabel bebas) Pengaruh Talkshow Mata Najwa terhadap (variabel terikat) Wawasan Berkebangsaan di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di USM-indonesia.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini didapatkan setelah analisa data melalui tahapan analisa tabel tunggal, analisa tabel silang dan pengujian hipotesa. Dengan demikian berdasarkan penelitian tentang pengaruh Tayangan Talkshow Mata Najwa Terhadap Peningkatan Wawasan Berkebangsaan Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial di USM-Indonesia dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa khalayak merasa tertarik dan aktif mengikuti perkembangan acara talkshow Mata Najwa. Unsur-unsur yang membuat responden merasa tertarik menonton acara talkshow Mata Najwa antara lain karena isi pesan

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

disampaikan dengan jelas dan dapat dipahami oleh khalayak, dan media televisi yang digunakan sudah tepat untuk menyampaikan informasi kepada khalayak.

2. Melalui uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh hasil koefisien korelasi (rs) sebesar 0,620 dan hubungan tersebut positif dan kuat yang berarti terdapat hubungan yang signifikan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Talkshow “Mata Najwa” di Metro TV terhadap Peningkatan Wawasan Berkebangsaan Di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di USM-Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah diteliti atas jawaban responden, maka dapat diambil saran yang dapat membangun antara lain:

Karna acara talkshow mata najwa tidak akan tayang lagi, maka Responden berharap adanya pengganti talkshow mata najwa yang mirip seperti dengan acara talkshow mata najwa dan juga penambahan jam tayang yaitu seminggu dua kali atau lebih dan durasi diperpanjang.

Responden menyarankan agar sebaiknya dalam acara Talkshow seperti Mata Najwa, penonton diikutsertakan dalam membahas isu dengan cara memberi kesempatan bagi penonton untuk bertanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ani Sri Rahayu, 2013 *Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, Malang : PT BumiAksara
- Bugin, Burhan, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kenjana
- EvinaroArdianto,LukiatiKomala,Siti Karlinah 2017 *Komunikasi Massa*. Bandung :Simbiosa Rekatama Media
- Hidajanto Djamal, 2011, *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta : Kencana
- Jalaluddin Rakhmat 2011 *Psikologis Komunikasi*, Bandung ; PT. Remaja RosdakaryaOffset.
- Jalaluddin Rachmat, 2007 *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi Dan IlmuSosial 2017*. Medan: Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia.
- Suryanto 2015 *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung : CV. Pustaka Setia
- Sugiyono, 2016. *Metode penelitian, kuantitatif, kualitatif dan R&G*. Bandung: Alfabeta
- Rully, Popy. 2014*Metodologi Penelitian*. Bandung : Refika Aditama
- W.E.Tinambunan, 2011 *Teori-Teori Komunikasi*. Pekanbaru : sinar kelasen pekanbaru
- Werner, J. Severin, James W. Tankard. Jr.2011 *Teori Komunikasi*. Jakarta : Kencana

Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial

W.E.Tinambunan2011 *Komunikasi massa*
Pekan baru ; Sinar Kalasean
Pekanbaru.

Sumber lain :

<http://www.konsultanstatistik.com>
Diakses 13 Maret 2017, uji-asumsi-
klasik.html

<http://www.markijar.com/2017/10/wawasan-kebangsaan-indonesia-lengkap.html>

https://www.duwinkonsultant.co.id/wiki//Diakses13maret2017,Regresi_Linier_Sederhana
(<http://www.hendra.ws/pengertian-talkshow> Diakses 28 April 2017 jam 11:20).

<http://www.zakapedia.com/2013/10/pengertian-wawancara-dan-jeniswawancara.html> tgl 29/05/2017 jam 11:30)

<http://arifnurhidayah.blogspot.co.id/2017/10/pengertian-dan-makna-wawasankebangsaan.html>