

TANGGAPAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS HASANUDDIN TERHADAP TAYANGAN “INI TALKSHOW” DI NET (NEWS AND ENTERTAINMENT)

A.Aisyah Amalia T¹, Abdul Gafar², Alem Febri Sonni³

¹²³*Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin*

Abstract

The aims of this research are to determine the responses of students of Hasanuddin University Communication Sciences toward the broadcast “IniTalkshow” in NET; and to know the factors that influence the responses of the students of Hasanuddin University Communication Sciences toward the broadcast “IniTalkshow” in NET. The research was conducted in Makassar for approximately two months, namely from March to April 2016. The research populations were taken from the students of Hasanuddin University Communication Sciences. The respondents were determined by proportionate stratified random sampling based on certain criteria. The technique of determining samples using Isaac and Michael tables. The type of this research uses quantitative methods with descriptive approach. The primary data was collected by using a questionnaire. The method of collecting data using a structured questionnaire and submitted to the respondent. The secondary data was done by observation, library research both taken from books and internet sites which are relevant to the focus of the problem. The data collected was then analyzed quantitatively by describing the data in the form of a frequency table. The research results showed that the response of students of Hasanuddin University Communication Sciences toward the broadcast “IniTalkshow” in NET were good. It was proved based on the number of responses obtained as many as 161 respondents. It was also founded that the purpose of the students of Hasanuddin University Communication Sciences to watch “IniTalkshow” was getting entertainment and leisure.

Keywords: reaction; the public; presentation

Abstrak

Studi ini bertujuan Untuk mengetahui tanggapan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin terhadap tayangan Ini Talkshow di NET. untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tanggapan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin terhadap tayangan Ini Talkshow di NET. Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih dua bulan, yaitu Maret-April 2016 yang dilaksanakan di Kota Makassar. Adapun populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin. Responden penelitian ini ditentukan secara proportionate stratified random sampling berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Adapun teknik penentuan jumlah sampel menggunakan tabel Isaac dan Michael. Tipe penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kusioner, cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang berstruktur dan diajukan kepada responden. Data sekunder dilakukan dengan observasi, studi pustaka baik itu dari buku-buku, dan situs internet yang relevan dengan fokus permasalahan. Data yang berhasil dikumpulkan selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan mendeskripsikan data dalam bentuk tabel frekuensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin terhadap tayangan Ini Talkshow di NET dinilai bagus. Ini didasarkan dari jumlah tanggapan yang diperoleh sebanyak 161 responden. Diketahui pula bahwa tujuan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin dari menonton Ini Talkshow adalah untuk mencari hiburan dan mengisi waktu luang.

Keywords: tanggapan; khalayak; tayangan

PENDAHULUAN

Program stasiun televisi negeri maupun swasta di Tanah air sedang bersaing menampilkan program acara yang terbaik untuk audiens. Salah satu yang sangat

banyak diusung oleh stasiun televisi saat ini adalah *talkshow*. Talkshow atau perbincangan ini menghadirkan beberapa narasumber untuk suatu topik tertentu

Awalnya talkshow dianggap biasa saja dan terlalu monoton dengan konsep talkshow yang begitu-begitu saja dengan tema yang serius.

Banyak sekali tayangan program televisi, seperti talkshow, reality show, infotainment, sinetron bahkan iklan sekalipun turut serta dapat mengatur dan mengubah gaya hidup seseorang. Acara talk show atau bincang-bincang ditelevisi, seringkali dianggap sebagai tayangan yang membosankan. Tetapi beberapa tahun terakhir ini keragaman dan kreativitas stasiun televisi swasta yang mampu menghasilkan tayangan-tayangan yang berbeda dan semakin mudah diterima oleh masyarakat. Termasuk pula dalam tayangan talkshow, Walaupun stasiun NET yang bisa dibidang masih baru tapi acara “Ini Talkshow” di NET bisa menyaingi acara-acara talkshow yang lebih dahulu mengudara dengan memberi acara talkshow yang berbeda dari talkshow biasanya.

“Ini Talkshow” merupakan garapan konsep dari acara *Comedy Night with Kapil* yang ditayangkan di colors saluran TV di India. Ini Talkshow memiliki izin dari produksi comedy Night with Kapil untuk ditayangkan. Acara ini juga merupakan garapan konsep yang hampir mirip dari acara **Pas Mantab** yang ditayangkan di Trans 7. Ini Talkshow tayang perdana 23 Maret 2014 dan mengudara mulai tanggal 29 Maret 2014,yang ditayangkan setiap hari senin-jumat secara langsung. (Wikipedia tentang Ini Talkshow)

“Ini Talkshow” menampilkan konsep keluarga yang dimana Sule sebagai Host atau tuan rumah, Andre Taulany sebagai Consultant-Host,didukung oleh Yurike

sebagai mama Sule,Maya Septha sebagai Asisten rumah tangga,Parto sebagai Satpam,Saswi sebagai Om Sule,Nunung sebagai Penjaga Kantin, Yudjeng sebagai Kordinator Penonton.

Program talkshow atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa 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 (Morison,2010:28)

Acara Ini Talkshow memiliki fungsi komunikasi massa.fungsi dari komunikasi massa itu sendiri seperti dikemukakan oleh Effendy (2011:31) yakni untuk menyiarkan informasi (*to inform*) yakni dimana setiap penayangannya, narasumber yang dihadirkan memberikan informasi tentang tema atau masalah yang diperbincangkan, untuk mendidik (*to educate*) yakni di setiap penayangannya ada pesan yang bisa diambil dan dipilih dari beberapa narasumber yang diundang,untuk menghibur (*to entertain*) yakni narasumber atau bintang tamu yang dihadirkan selalu up to date dengan isu yang terjadi di Indonesia.

Adapun fungsi lain terhadap fungsi komunikasi massa seperti mempengaruhi (*to influence*), membimbing (*to guide*), mengkritik (*to criticize*), hanya merupakan tambahan saja terhadap ketiga fungsi sebelumnya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengetahui tanggapan dari khalayak yaitu penonton acara talk show dalam hal ini Mahasiswa Ilmu

Komunikasi Universitas Hasanuddin terhadap acara “Ini Talkshow” yang disiarkan televisi NET TV

METODE

Waktu penelitian berlangsung pada bulan Maret-april 2016. Penelitian ini dilakukan di Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin. Lokasi penelitian berada pada kampus Tamalanrea,Jln. Perintis Kemerdekaan KM.10,Makassar (90245) Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan cara penulisan deskriptif, yaitu menggambarkan atau menjelaskan objek penelitian berdasarkan data dari jawaban responden yang diperoleh melalui

1.	Angkatan 2012 :	$72 / 300 \times 161 = 39$
2.	Angkatan 2013 :	$88 / 300 \times 161 = 47$
3.	Angkatan 2014 :	$66 / 300 \times 161 = 35$
4.	Angkatan 2015 :	$74 / 300 \times 161 = 40$

kusioner

Data primer dalam penelitian ini Dikumpulkan dengan menggunakan kusioner.cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang berstruktur dan diajukan kepada responden. Penelitian melaukak studi kepustaka untuk mengumpulkn literature-literatur baik dari buku-buku,situs internet yang relevan dengan fokus permasalahan penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin angkatan 2012 hingga angkatan 2015 Program Strata I (S1) yang aktif berkuliah dan terdaftar pada Semester Genap 2015/2016

Pada penentuan sampel, penelitian memakai metode pengambilan sampel secara probality sampling,kemudian teknik

penarikan sampelnya berupa sampel berstrata proposional. Adapun besaran sampel dengan menggunakan table Isaac dan Michael dalam buku Sugiyono (penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan syarat kesalahan 1%,5% dan 10%)

Dengan menggunakan table Isac dan Michael (dalam sugiyono 2013;69) dalam penentuan besaran sampel, maka diperoleh sampel sebesar 161 dengan memakai syarat kesalahan 5% dari populasi 300 orang.

Dengan jumlah populasi sebanyak 300 orang ini,dengan menggunakan teknik penarikan sampelnya berupa sampel berstrata proporsional,maka diperoleh sampel perangkatan sebagai berikut:

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang diperoleh dari kusioner telah terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan tabel frekuensi yang kemudian dijabarkan secara deskriptif. Penelitian ini memanfaatkan SPSS Versi 23

HASIL

Sebagaimana telah dijelaskan dan sesuai dengan judul yang telah dikemukakan, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tanggapan mahasiswa terhadap tayangan Ini Talkshow di NET. Penulis memilih mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Hasanuddin sebagai objek pengukuran tanggapan.

NO	Angkatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	2012	20	52	72
2	2013	31	57	88
3	2014	23	43	66
4	2015	23	51	74

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Hasanuddin, dan jumlah responden yang menjadi sampel didapat setelah perhitungan menggunakan tabel *Issac* dan *Michael*, berjumlah 161 responden. Untuk lebih jelasnya maka hasil penelitian ini dapat kita lihat pada tabel-tabel dibawah ini:

Identitas Responden

1.1 Angkatan

Tabel 1.1 Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan

N=161

Angkatan	Frekuensi	Persentase
2012	39	24.2
2013	47	29.2
2014	35	21.7
2015	40	24.8
Total	161	100.0

1.2 Jenis Kelamin

Tabel 1.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

N=161

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	60	37.3
Perempuan	101	62.7
Total	161	100.0

1.3 Umur

Tabel 1.3 Distribusi Responden Berdasarkan Umur

N=161

Umur	Frekuensi	Persentase
17-19 Tahun	55	34.2
20-21 Tahun	92	57.1
22-25 Tahun	14	8.7
Total	161	100.0

1.4 Pendidikan Orang tua

Tabel 1.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Orang Tua

N=161

Pendidikan Orang Tua	Frekuensi	Persentase
SD/Sederajat	5	3.1
SMP/Sederajat	4	2.5
SMA/Sederajat	40	24.8
Diploma	13	8.1
Sarjana	99	61.5
Total	161	100.0

1.5 Pekerjaan orang Tua

Tabel 1.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua

N=161

Pekerjaan Orang Tua	Frekuensi	Persentase
PNS/TNI/POLRI	73	45.3
Wiraswasta	52	32.3
Politisi	3	1.9
Pegawai BUMN/Swasta	29	18.0
Buruh	2	1.2
Profesional	2	1.2
Total	161	100.0

1.6 Pendapatan orang Tua PerBulan

Tabel 1.6 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua Per Bulan

N=161

Pendapatan Orang Tua	Frekuensi	Persentase
≤Rp. 500.00 - Rp. 1.000.000	9	5.6
Rp.1.000.001 - Rp.3.000.000	39	24.2
Rp.3.000.001- Rp.5.000.000	67	41.6
≥Rp.5.000.000	46	28.6
Total	161	100.0

1.7 Tempat Tinggal Responden

Tabel 1.7 Distribusi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal Responden

N=161

Tempat Tinggal Responden	Frekuensi	Persentase
Rumah Kontrakan	12	7.5
Rumah Kos	33	20.5
Tinggal dengan Saudara	29	18.0
Tinggal dengan Orang Tua	87	54.0
Total	161	100.0

1.8 Kepemilikan Media

Tabel 1.8 Distribusi Responden Berdasarkan Media yang dimiliki

N=161

Media yang Dimiliki	Frekuensi	Persentase
Surat Kabar	1	0.6
Televisi	7	4.3
Radio	1	0.6
Internet	11	6.8
TV+Internet	37	23.0
Radio+TV	1	0.6
Radio+Internet	8	5.0
Surat Kabar+Radio+TV	2	1.2
Radio+TV+Internet	29	18.0
Semua	64	39.8
Total	161	100.0

Variabel Penelitian

2.1 Waktu Nonton

Tabel 1.9

Distribusi Responden Berdasarkan Waktu Terakhir Menyaksikan Ini Talkshow

N=161

Waktu menonton	Frekuensi	Persentase
1 hari yang lalu	27	16.8
2 Hari yang lalu	23	14.3
3 Hari yang lalu	24	14.9
1 Minggu yang lalu	87	54.0
Total	161	100.0

2.2 Informasi tentang Ini Talkshow

Tabel 1.10 Distribusi Responden Berdasarkan Informasi Tentang Ini Talkshow

N=161

Informasi Tentang Ini Talkshow	Frekuensi	Persentase
Teman	33	20.5
Keluarga	17	10.6
Media	111	68.9
Total	161	100.0

2.3 Media Yang Digunakan

Tabel 1.11 Distribusi Responden Berdasarkan Media Yang Digunakan Menyaksikan Ini Talkshow

N=161

Media yang digunakan	Frekuensi	Persentase
Televisi	138	85.7
Internet	23	14.3
Total	161	100.0

Jadwal Penayangan

1.9 Waktu penayangan

Tabel 1.12 Distribusi Responden Berdasarkan Waktu Penayangan Ini Talkshow

N=161

Waktu Penayangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Sesuai	25	15.5
Sesuai	119	73.9
Tidak Sesuai	17	10.6
Total	161	100.0

1.10 Durasi Penayangan

Tabel 1.13 Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Penayangan Ini Talkshow

N=161

Durasi Penayangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Sesuai	21	13.0
Sesuai	116	72.0
Tidak Sesuai	24	14.9
Total	161	100.0

Tema dan Kejelasan Tema/Materi Acara

1.11 Tema/Materi Acara Yang Paling Diminati

Tabel 1.14 Distribusi Responden Berdasarkan Tema/Materi Acara Ini Talkshow Yang Paling Diminati

N=161

Tema/Materi Acara Yang Paling Diminati	Frekuensi	Persentase
Tema Sosial	73	45.3
Tema Tentang Isu Selebriti	58	36.0

Tema Keluarga	30	18.6
Total	161	100.0

1.12 Penilaian Tema/Acara

Tabel 1.15 Distribusi Responden Berdasarkan Penilaian Tema/Materi Acara Ini Talkshow

N=161

Penilaian Tema/Materi Acara	Frekuensi	Persentase
Sangat Menghibur	52	32.3
Menghibur	103	64.0
Tidak Menghibur	6	3.7
Total	161	100.0

1.13 Kejelasan Tema/Materi Acara

Tabel 1.16 Distribusi Responden Berdasarkan Kejelasan Tema/Materi Acara Ini Talkshow

N=161

Kejelasan Tema/Materi Acara	Frekuensi	Persentase
Sangat Jelas	23	14.3
Jelas	117	72.7
Tidak Jelas	21	13.0
Total	161	100.0

1.14 Kekinian Tema/Materi Acara

Tabel 1.17 Distribusi Responden Berdasarkan Kekinian Tema/Materi Acara Ini Talkshow

N=161

Kekinian Tema/Materi Acara	Frekuensi	Persentase
Sangat Update	37	23.0
Update	108	67.1

Tidak Update	16	9.9
Total	161	100.0

1.15 Tema/Materi Acara Dapat Menarik Perhatian

Tabel 1.18 Distribusi Responden Berdasarkan Tema/Materi Acara Ini Talkshow dapat menarik perhatian

N=161

Tema/Materi Acara Dapat Menarik Perhatian	Frekuensi	Persentase
Sangat Menarik Perhatian	35	21.7
Menarik Perhatian	113	70.2
Tidak Menarik Perhatian	13	8.1
Total	161	100.0

Penampilan Pembawa Acara Dan Bintang Tamu

1.16 Penampilan Pembawa Acara

Tabel 4.19 Distribusi Responden Berdasarkan Penampilan Pembawa Acara Ini Talkshow

N=161

Penampilan Pembawa Acara	Frekuensi	Persentase
Sangat Cocok	71	44.1
Cocok	82	50.9
Tidak Cocok	8	5.0
Total	161	100.0

1.17 Kemampuan Menghibur Pembawa Acara

Tabel 1.20 Distribusi Responden Berdasarkan Kemampuan Menghibur Pembawa Acara Ini Talkshow

N=161

Kemampuan Menghibur Pembawa Acara	Frekuensi	Persentase
Sangat Mampu	89	55.3
Mampu	67	41.6
Tidak Mampu	5	3.1
Total	161	100.0

1.18 Kesesuaian Bintang Tamu

Tabel 4.12 Distribusi Responden Berdasarkan Kesesuaian Bintang Tamu Ini Talkshow

N=161

Kesesuaian Bintang Tamu	Frekuensi	Persentase
Sangat Sesuai	36	22.4
Sesuai	112	69.6
Tidak Sesuai	13	8.1
Total	161	100.0

1.19 Penampilan Bintang Tamu

Tabel 4.22 Distribusi Responden Berdasarkan Penampilan Bintang Tamu Ini Talkshow

N=161

Penampilan Bintang Tamu	Frekuensi	Persentase
Sangat Menghibur	28	17.4
Menghibur	126	78.3
Tidak Menghibur	7	4.3
Total	161	100.0

Daya Tarik

1.20 Daya Tarik Menonton Program Ini Talkshow

Tabel 4.23 Distribusi Responden Berdasarkan Daya Tarik Menonton Program Ini Talkshow

N=161

Daya Tarik Menonton	Frekuensi	Persentase
Menghibur	60	37.3
Tema Acara	19	11.8
Bintang Tamunya Sesuai Tema Acara	32	19.9
Sule dan Andre Sebagai Host	50	31.1
Total	161	100.0

1.21 Tujuan Menonton Tayangan Ini Talkshow

Tabel 4.24 Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Menonton Program Ini Talkshow

N=161

Tujuan Menonton	Frekuensi	Persentase
Mencari Hiburan	56	34.8
Mengisi Waktu Luang	61	37.9
Tema yang diBawakan Menarik	24	14.9
Menyukai Bintang Tamunya	20	12.4
Total	161	100.0

PEMBAHASAN

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin terhadap Tayangan Ini Talkshow di NET.

Dalam penelitian ini, tanggapan dibutuhkan untuk mengetahui seberapa bagus dan tidak bagusnya program Ini Talkshow di NET yang diperuntukkan bagi khalayak dari berbagai kalangan terkhusus mahasiswa Ilmu Komunikasi. Hal ini mahasiswa Ilmu Komunikasi merupakan penonton potensial yang mempunyai kapasitas untuk memberikan tanggapan kritis dan penilaian yang membangun terhadap tayangan Ini Talkshow di NET. Berikut secara detail pembahasan mengenai tanggapan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin terhadap tayangan Ini Talkshow di NET dengan pengkategorian sebagai berikut:

Identitas Responden

Hasil olah data berdasarkan angkatan menunjukkan bahwa responden dinominasi oleh responden angkatan 2013, perempuan, mayoritas berumur 20-21 tahun, pendidikan orang tua sarjana, pekerjaan orang tua PNS/TNI/POLRI, pendapatan orang tua Rp 3.000.001- Rp 5.000.000, bertempat tinggal dengan orang tua, dan memiliki televisi, radio, surat kabar, dan internet.

Media Yang Digunakan Dan Waktu Menonton

Hasil olah data berdasarkan media yang digunakan menunjukkan bahwa responden didominasi oleh responden yang menggunakan media televisi untuk

menyaksikan tayangan Ini Talkshow, didominasi pula oleh responden yang menyaksikan tayangan Ini Talkshow 1 minggu yang lalu serta mendapatkan informasi mengenai tayangan Ini Talkshow melalui media.

Jadwal Penayangan

Pada variable ini terbagi menjadi 2 kategori, yaitu:

- a. Waktu penayangan (dapat dilihat pada tabel 1.12) dari 161 responden, 119 responden menyatakan waktu penayangan sesuai, namun 17 responden menyatakan waktu penayangan tidak sesuai, dikarenakan waktu tayangnya lima kali dalam seminggu, dan menyarankan agar waktu tayangnya dikurangi.
- b. Durasi penayangan (dapat dilihat pada tabel 1.13) dari 161 responden, 116 responden menyatakan durasi penayangan Ini Talkshow yakni 90 menit sudah sesuai, namun 24 responden menyatakan durasi penayangan Ini Talkshow tidak sesuai, karena durasi 90 menit itu cukup lama dan menyarankan durasi penayangannya dikurangi menjadi 60 menit saja.

Tema Dan Kejelasan Tema/Materi Acara

Pada variabel ini terbagi menjadi 5 kategori, yaitu:

- a. Tema/materi acara yang paling diminati (dapat dilihat tabel 1.14) dari 161 responden, 73 responden menyatakan tema/materi acara Ini Talkshow yang paling diminati adalah tema sosial, namun 30 responden menyatakan materi acara yang paling diminati adalah tema tentang isu selebritis.
- b. Penilaian tema /materi acara (dapat dilihat pada tabel 1.15) dari 161 responden, 103

responden menyatakan tema/materi acara Ini Talkshow sudah menghibur, namun 6 responden menyatakan tema/materi acara Ini Talkshow tidak menghibur dan kesanya tema/materi acara Ini Talkshow biasa-biasa saja

- c. Kejelasan tema/materi acara (dapat dilihat pada tabel 1.16) dari 161 responden, 117 responden menyatakan kejelasan tema/materi acara Ini Talkshow sudah jelas.
- d. Kekinian tema/materi acara (dapat dilihat pada tabel 1.17) dari 161 responden, 108 responden menyatakan tema/materi acara Ini Talkshow sudah *update*
- e. Tema/materi acara dapat menarik perhatian (dapat dilihat pada tabel 1.18) dari 161 responden, 113 responden menyatakan tema/materi acara Ini Talkshow sudah menarik perhatian.

Penampilan Pembawa Acara Dan Bintang Tamu

Pada variabel ini terbagi menjadi 4 kategori, yaitu:

- a. Penampilan pembawa acara (dapat dilihat pada tabel 1.19), dari 161 responden, 82 responden menyatakan penampilan pembawa acara Ini Talkshow sudah cocok, namun 8 responden menyatakan penampilan pembawa acara Ini Talkshow tidak cocok dan menyarankan agar pembawa acaranya digantikan.
- b. Kemampuan menghibur pembawa acara (dapat dilihat pada tabel 1.20) dari 161 responden, 89 responden menyatakan pembawa acara Ini Talkshow sudah sangat mampu, namun 5 responden menyatakan pembawa acara Ini Talkshow tidak mampu menghibur karena pembawa acara Ini

Talkshow terkesan berlebihan dalam memberikan candaan.

c. Kesesuaian bintang tamu (dapat dilihat pada tabel 1.21) dari 161 responden, 112 responden menyatakan bintang tamu Ini Talkshow sudah sesuai.

d. Penampilan bintang tamu (dapat dilihat pada tabel 1.22) dari 161 responden, 126 responden menyatakan bintang tamu Ini Talkshow sudah menghibur.

Daya Tarik

Pada variabel ini menjadi 2 kategori, yaitu:

a. Daya tarik menonton program Ini Talkshow (dapat dilihat pada tabel 1.23) dari 161 responden, 60 responden menyatakan tertarik menonton Ini Talkshow karena menghibur, namun 50 responden menyatakan tertarik menonton Ini Talkshow karena Sule dan Andre sebagai *host*.

b. Tujuan menonton (dapat dilihat pada tabel 1.24) dari 161 responden, 61 responden menyatakan tujuan menonton Ini Talkshow untuk mengisi waktu luang, 56 responden menyatakan tujuan menonton Ini Talkshow untuk mencari hiburan.

Tanggapan

Pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 161 responden menyatakan bahwa tayangan Ini Talkshow bagus dan menarik untuk ditonton. Hal ini dapat dilihat dari variabel penelitian yang meliputi jadwal tayang, tema, narasi tema, dan daya tarik menonton tayangan Ini Talkshow.

Model S-O-R merupakan pijakan teoretis dalam penelitian ini, menjadikan tayangan Ini Talkshow di NET sebagai stimulus, dengan pengkategorian penilaian seperti

jadwal penayangan, tema dan kejelasan tema/materi acara, penampilan pembawa acara dan bintang tamu, dan daya tarik. Perhatian, pengertian dan penerimaan dari responden dalam hal ini yaitu mahasiswa departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin sebagai organismenya.

Dalam memberikan tanggapan, tiap-tiap responden memiliki cara masing-masing. Seseorang akan mempersepsi suatu ketika ia memperhatikan hal tersebut. Perhatian timbul, ketika salah satu alat indra kita menonjol dan mengesampingkan stimulus yang timbul dari alat indra yang lainnya. Ada beberapa faktor eksternal yang turut serta mempengaruhi perhatian seseorang, seperti:

Intensitas

Intensitas, hal ini dapat dilihat dari penjadwalan Tayangan Ini Talkshow di NET, menurut responden, bagaimana acara tersebut dapat konsisten dalam bentuk-bentuk penayangan yang informatif dan edukatif yang membuat program ini dapat terus eksis sejak program ini mengudara.

Ukuran

Ukuran, hal ini umumnya dapat dilihat dari pengemasan acara. Sebagian besar responden menyukai inovas-inovasi yang dilakukan oleh program Ini Talkshow, dalam hal penataan *stage*, penampilan *live music*, kelucuan Sule dan Andre dan bagaimana Sule dan Andre sebagai pembawa acara menggali informasi kepada narasumber dengan lebih santai.

Kontras

Kontras, merupakan sesuatu yang unik dan diluar kebiasaan yang biasa ditampilkan. Hal ini dapat dilihat dari penilaian responden mengenai tema/materi dan narasumber yang ditampilkan pada program Ini Talkshow di NET. Seperti yang kita ketahui, materi/tema yang dibawakan setiap kali tayang yakni senin-jumat setiap minggunya oleh Sule dan Andre adalah hasil penelusuran terlebih dahulu. Berbagai informasi dan pengetahuan yang dimiliki oleh bintang tamu yang dihadirkan dan berkompeten untuk dimintai keterangan mengenai isu-isu atau kejadian-kejadian yang hangat dan marak diperbincangkan khalayak, ataupun pengalaman hidup bintang tamu.

Gerakan

Sesuatu yang bergerak lebih menarik daripada sesuatu yang statis. Hal ini dapat dilihat dari konsep program Ini Talkshow di NET. Ini Talkshow kini tidak hanya sebuah program yang ditampilkan di televisi setiap hari senin-jumat 21.00-22.30 WITA dengan tema yang biasa, tetapi ada juga materi-materi acara kreatif dengan bintang tamu spesial yang dihadirkan program Ini Talkshow.

Pengulangan

Sesuatu yang sering mengalami pengulangan akan menarik perhatian, tetapi jika terlalu sering dapat menghasilkan kejenuhan. Hal ini dapat kita lihat pada penjadwalan tayangan Ini Talkshow di NET. Menurut responden penelitian ini, program siaran ini sangat baik ditayangkan lima kali dalam seminggu. Namun banyak pula responden yang mengeluh karena Tayangan

Ini Talkshow ditayangkan lima kali dalam seminggu.

Keakraban

Komunikasi akan berjalan efektif ketika mungkin seseorang individu berinteraksi dengan orang lain yang sudah ia kenal dan sebagainya. Dalam hal ini, tanggapan responden dapat dilihat pada penampilan Sule dan Andre sebagai *host* program Ini Talkshow di NET. Menurut responden, Sule dan Andre sangat mampu meghibur, memiliki karakter tersendiri dan cara tersendiri dalam membawakan program Ini Talkshow.

Novelty

Sesuatu yang baru. Sama halnya dengan gerakan, sesuatu yang baru dan berbeda juga mampu menarik perhatian. Kebanyakan responden menyatakan bahwa mereka lebih tertarik dengan tema-tema sosial dan isu-isu seputar selebritis dengan menghadirkan langsung artis yang bersangkutan dengan isu tersebut. Tanpa hal-hal baru, stimuli dalam hal ini program Ini Talkshow di NET akan membosankan sehingga akan mudah lepas dari perhatian.

Dan beberapa faktor internar yang juga mempengaruhi perhatian, seperti:

Kebutuhan Psikologis

Adalah hal-hal yang ada sangkut pautnya dengan kebutuhan. Tiap responden menyatakan bahwa mereka hanya memperhatikan rangsangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka saat itu. Tayangan program dengan tema tertentu yang sekiranya berkenan dengan kebutuhan para responden sudah pasti dinikmati dan

tidak menutup kemungkinan mereka menunggu tayangan program siaran dengan tema yang berkenaan dengan kebutuhan mereka tersebut.

Latar Belakang, Pengalaman dan Kepribadian

Narasumber yang ditampilkan pada program Ini Talkshow di Net tidak menutup kemungkinan memiliki kesamaan nasib atau pengalaman hidup dengan responden penelitian. Dengan adanya kesamaan, maka biasanya informasi yang dibagi melalui tayangan tersebut, dapat dengan mudah tersalurkan maksud dan tujuannya.

Sikap, Kepercayaan Umum dan Penerimaan Diri

Responden memiliki kepercayaan tertentu terhadap suatu hal. Punya kecenderungan memperhatikan berbagai hal kecil. Jadi terkadang apa yang dinilai positif oleh seorang responden, belum tentu mendapat penilaian yang sama oleh responden lain, begitu pula sebaliknya. Responden yang ikhlas menerima kenyataan dirinya akan cepat menyerap sesuatu dibanding dengan responden yang kurang ikhlas menerima kenyataan dirinya. Karena ketika seseorang responden bersikap realistis dengan keadaannya, maka mereka dapat mudah menerima suatu informasi dan lebih terbuka dengan bentuk-bentuk pengetahuan baru termasuk yang disampaikan melalui tayangan Ini Talkshow di NET.

Dalam model S-O-R (*Stimulus Organism Response*), menganalogikan bahwa stimulus tertentu yang menerpa organism akan melahirkan respons tertentu pula. Perubahan sikap yang terjadi adalah hasil dari respons,

termasuk bagaimana dalam hal ini responden (mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin) memberikan tanggapan positif atau negative terhadap tayangan Ini Talkshow di NET.

Secara keseluruhan data hasil penelitian yang mencakup penilaian dari keseluruhan responden mengenai jadwal penyangan, Tema dan Kejelasan Tema/Materi Acara. Penampilan Pembawa Acara dan Bintang Tamu, Daya Tarik, dilihat dan dihimpun dari berbagai faktor, mendapat tanggapan yang positif

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tanggapan mahasiswa departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin terhadap tayangan Ini Talkshow di NET maka, kesimpulan dimaksud untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Tanggapan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin terhadap tayangan Ini Talkshow menyatakan sesuai, baik secara keseluruhan maupun kategorisasi pendukung seperti: jadwal penyangan yang mencakup waktu penyangan dan durasi penyangan, tema dan kejelasan tema/materi acara yang mencakup tema/materi acara yang paling diminati, penilaian tema, kejelasan tema, kekinian tema acara, penampilan pembawa acara dan bintang tamu, daya tarik dan tujuan menonton tayangan Ini Talkshow. Walaupun demikian, ada responden yang memberikan tanggapan tidak sesuai menyatakan bahwa durasinya terlalu panjang, dan Sule dan Andre dalam memberikan lelucon harus berbobot.

2. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi tanggapan mahasiswa Ilmu Komunikasi adalah faktor eksternal yang meliputi intensitas, ukuran, kontras, gerakan, pengulangan, keakraban dan *novelty*. Sedangkan faktor internal meliputi kebutuhan psikologis, latar belakang, pengalaman, kepribadian, sikap, kepercayaan umum dan penerimaan diri.

DAFTAR RUJUKAN

Dominick, Joseph R. 2000. *The Dynamics Of Mass Communication*. New York: Ramadom House

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti

McQuail, Morris, M.A. dkk. 2010 *Teori Komunikasi massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Morissan, 2010. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta : Kencana