

# PENGARUH TAYANGAN POLITICTAINMENT DI TELEVISI PADA PERSEPSI DAN KEHENDAK POLITIK KHALAYAK

Prabu Revolusi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina, prabu\_revolusi@yahoo.com

## *Abstract*

*News television programs are increasingly growing in Indonesia. Their themes and how they package it into programs are getting bold, critical, casual and wildly creative. Political news is not only being presented in a mainstream normative dialogue, but also in a boisterous debate format and often consist of a satire comedy. News political television format that combine information and entertainment, defined as Politictainment. Now a day we can easily watch various Politictainment programs on news television channel. Entertained Political News is an inevitability for any Newsroom in order to be able to compete in getting more audience rating and share between news television channels. In fact, Audience likes Politictainments better than any conventional news format because they are easier to be understood yet entertaining and fun. On the other hand, it is not always about winning the competition, it is also about helping audience to politically interested so they can understand politics better and increase people's political participation. But now we arise question. Whether people interest on Politictainment can be linear to influence positively people's awareness on politics perspective and intention? Whether Politictainment can successfully influence people's awareness on their politic perspective and intention.*

*44 young respondents (15-30's age) were being involved in this experiment. They were giving their opinions through Likert's scale questioner. T Test analysis was being conducted on each normalization category and generates result that Politictainment has positively increase respondent information political thoughts on a topic but negatively influenced respondent's perspective and intention to politics. Most respondent's political perception and intention declines after they watched a Politictainment show. The higher pretest's mean that represents their high politic perception and intention level, Politictainment has swing respondent's political perception and intention into it highest impact.*

**Keywords:** *Politictainment (Politic Entertainment), TV Show, Influence, Politics, Perception, Intention*

## **Abstrak**

Program televisi berita politik semakin berkembang di Indonesia. Tema dan pengemasannya sudah semakin berani, kritis, lugas dan kreatif. Berita politik tak saja hanya disajikan dalam bentuk dialog normatif, tetapi juga berani menggunakan pengemasan yang menggelitik, humor, memancing perdebatan yang riuh hingga pesan satir. Berita politik yang menggunakan unsur hiburan dalam pengemasannya disebut sebagai Politictainment. Saat ini berbagai program Politictainment hadir menghiasi layar televisi berita. Pengemasan politik yang menghibur ini bagi ruang redaksi adalah sebuah keniscayaan, untuk berebut persaingan rating dan share antara televisi berita. Kenyataannya, tayangan Politictainment memang lebih disukai khalayak, karena lewat cara ini politik dinilai lebih mudah dipahami, menghibur dan menyenangkan. Ruang redaksi ketika memproduksi program tayangan politik, termasuk tayangan Politictainment, selain untuk menjawab persaingan industri, selalu menyertakan tujuan idealisnya, yaitu untuk membuat khalayak lebih tertarik dalam memahami dan meningkatkan partisipasi politik. Namun pertanyannya adalah, apakah dengan meningkatnya ketertarikan publik terhadap Politictainment maka serta merta juga akan memberikan pengaruh positif terhadap kesadaran dan sikap berpolitik khalayak di Indonesia. Apakah tujuan idealis program berita politik

untuk meningkatkan kesadaran dan sikap politik khalayak berhasil dicapai melalui produksi program Politictainment.

Eksperimen dilakukan terhadap 44 responden usia muda (15 – 30 tahun) yang memberikan penilaiannya lewat angket skala Likert. Dari hasil analisa uji T yang membandingkan mean yang mengukur skala persepsi dan kehendak responden pada setiap kategori, didapatkan bahwa tayangan Politictainment memang meningkatkan pengetahuan responden pada suatu topik politik, namun juga berpengaruh dalam mengurangi persepsi dan kehendak positif politik khalayak. Setelah menyaksikan tayangan Politictainment, rata-rata responden memiliki persepsi dan kehendak politik yang semakin negatif. Semakin tinggi mean sikap awal dari persepsi dan kehendak politik responden, semakin tinggi juga pergeseran mean persepsi dan kehendak politik responden ke arah yang lebih negatif.

**Kata Kunci:** Politictainment (Politic Entertainment), Tayangan Televisi Politik, Pengaruh, Persepsi, Kehendak

## PENDAHULUAN

Ada banyak kajian yang mencoba untuk mencermati tingkat pengetahuan, pemahaman dan kesadaran politik masyarakat di suatu negara, terutama negara dengan sistem pemerintahan demokrasi. Kajian seperti ini menjadi menarik karena melihat tingginya tingkat tayangan media tentang politik, baik di platform media mainstream seperti televisi dan surat kabar, hingga ke platform media baru seperti internet dan sosial media. Para pengkaji mulai mempertanyakan efek dari tayangan-tayangan tersebut. Apakah tayangan politik yang ada telah berhasil dalam meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang isu-isu politik yang terjadi?.

Dalam suatu survey yang dilakukan pada masa kampanye presiden tahun 2012 oleh *Pew Research Center for the People and the Press*, ternyata bahkan kurang dari setengahnya publik Amerika yang bisa mendefinisikan perbedaan antara liberal dan konservatif, dan hanya 35 persen saja yang bisa menyebutkan senator yang mewakili negara bagiannya (Perloff, 2012, h.75). Dalam artikel yang saya tulis di *Academia.edu* dengan judul *Tren Program Berita Televisi dengan Tema Politik dan Pengaruhnya pada Kesadaran Politik Khalayak*, mengutip hasil riset CNN

Indonesia pada tahun 2016, disebutkan bahwa lebih dari 50 persen pemuda suka dengan berita politik. Namun demikian, 48 persen diantaranya menyatakan tidak tertarik untuk ikut lebih jauh dalam politik dan hanya 8 persen saja yang menyatakan tertarik pada politik.<sup>1</sup>

Angka-angka ini adalah sebuah paradoks. Publik saat ini hidup dengan keberlimpahan informasi dan berita politik. Tidak pernah ada dalam sejarah manusia dimana publik bisa mengakses informasi dan berita apapun dengan bebas pada platform media apapun. Televisi, surat kabar, radio hingga ke internet dan sosial media. Namun demikian, angka-angka survey mengatakan hal yang bertolak belakang, bahwa publik merasa terinformasikan namun dengan tingkat pemahaman dan kesadaran politik yang rendah. Sementara itu, syarat ideal demokrasi adalah literasi dan partisipasi politik warga negaranya, karena hak politik telah melekat pada setiap individu yang menjadi warga negara. Filsuf-filsuf politik penggagas demokrasi mungkin saja luput mempertimbangkan kemungkinan ini.

## **Kenapa Publik Tidak Berempati Pada Politik**

Rendahnya empati publik pada politik tentu sangat mengganggu. Publik Amerika bahkan

<sup>1</sup> Artikel ini saya tulis sebagai bagian dari proposal penelitian tesis di Universitas Paramadina pada tahun 2016 dan telah diunggah pada situs akademik internasional, *academia.edu*.

tingkat pengetahuannya lebih rendah jika dibandingkan publik Eropa. Di Indonesia angka ini juga tercermin dalam Indeks Demokrasi Indonesia (IDI). Walaupun indeks IDI tahun 2014 meningkat jika dibandingkan tahun 2013, namun secara keseluruhan Indeks Indonesia masih di kategori sedang. Sementara itu mengutip dari *World Democracy Index* yang dirilis oleh *Economic Intelligence Unit*, survey ini menempatkan Indonesia di peringkat 49 dari 167 negara di dunia sebagai negara paling demokratis. Padahal jika kita perhatikan, jumlah tayangan politik, baik di televisi ataupun juga di media baru, meningkat dari tahun ke tahunnya. Di Indonesia, meningkatnya tayangan politik ini juga ditunjukkan dengan bertambahnya saluran televisi berita yang khusus menghadirkan berita (Revolusi, 2016, h.5).

Menurut Aalberg & Curran, 2012, dalam bukunya *How Media Inform Democracy*, Ada lima argumentasi yang bisa menjelaskan mengapa paradoks ini bisa terjadi. Argumentasi yang pertama adalah rendahnya insentif politik. Salah satu cara rakyat bersuara dalam politik adalah melalui voting atau pemilu. Dengan semakin besarnya jumlah penduduk dalam suatu negara demokrasi, maka nilai satu suara menjadi semakin berkurang tingkat kepentingannya. Keadaan ini membangun suatu kondisi psikologi publik dimana satu orang merasa tidak begitu berpengaruh suaranya untuk merubah kondisi politik secara umum. Akhirnya kepentingan setiap individu pada hak politiknya semakin berkurang dan menurunkan tingkat kesadaran politiknya pada saat yang sama.

Argumentasi yang kedua, rendahnya literasi politik publik juga dipengaruhi oleh bagaimana berita ditayangkan di suatu negara. Pemyajian berita yang cenderung rumit, kompleks dan elitis bisa membuat publik kewalahan, dan kemudian ditambah lagi jurnalis atau juga pembawa berita yang kurang baik dalam menjelaskannya untuk publik. Selain itu, di Amerika, selain CNN dan Fox, berita ditayangkan bukan pada

waktu utama atau *prime time*. Hal serupa juga terjadi di Indonesia. Acara *prime time* diisi seluruhnya oleh acara acara hiburan. Hal ini cukup menjelaskan mengapa tidak banyak orang tertarik pada berita politik.

Argumentasi yang ketiga adalah banyaknya pilihan media untuk publik. Dengan berkembangnya platform media berbagi konten seperti Youtube, Facebook dan lainnya, publik akhirnya bisa dengan mudah memilih untuk mendapatkan hiburan dari media-media alternatif ketimbang televisi (Prior, 2005, p.577). Ketika televisi masih menjadi media utama, publik tidak bisa menghindari tayangan berita. Untuk menunggu acara kesukaannya, berita mau tidak mau harus ditonton, walaupun hanya sesaat. Teknologi membuat politik lebih mudah diakses, tetapi teknologi juga membuat politik lebih mudah untuk diabaikan.

Argumentasi yang keempat adalah para politisi sendiri yang sering sekali salah menyampaikan informasinya. Politisi yang tidak kompeten dan memberikan pendapatnya membuat publik menjadi bingung dalam memahami informasi-informasi politik. Belum lagi politisi yang juga banyak keluar dari konteksnya sebagai politisi, yaitu mengutamakan perdebatan dan sensasi. Sosok politisi yang kurang memberikan empati membuat akhirnya publik juga antipati pada politiknya. Ada stigma misalnya politik hanya untuk orang-orang yang kotor dan rakus kekuasaan, tentunya lahir bukan tanpa alasan.

Argumentasi yang kelima adalah terpisahnya antara politik dan kehidupan sehari-hari. Politik adalah urusan elitis, bukan urusan rakyat keseluruhan. Seberapa banyak urusan sehari-hari yang beririsan dengan politik?

Fenomena ini pun bisa kita lihat dari pendekatan perspektif komunikasi massa. Salah satunya adalah pendekatan *constructionism* (Armoudian & Crigler, 2010; Neuman, Just & Crigler, 1992). Pendekatan ini menguji bagaimana khalayak membangun

makna dari pesan yang ditayangkan media. Seperti pendekatan *limited effect, constructionism* menyimpulkan bahwa media jarang sekali menghasilkan efek yang sama pada setiap individu. Namun demikian, *constructionism* menekankan bahwa media memiliki pengaruh yang kuat untuk mempengaruhi kesadaran khalayak. Pengaruh ini berbeda-beda tergantung kategori demografik, psikis dari setiap individu dan juga platform yang digunakan untuk menghantarkan pesan. Penyajian berita yang rumit, sosok sosok politisi buruk yang lebih sering ditampilkan, ditambah dengan literasi politik yang rendah dari khalayak secara umum bisa menyebabkan publik tidak bisa mempersepsi berita politik seperti seharusnya. Selain itu, secara psikologis, pendekatan *schema* membangun argumentasi bahwa publik dalam menyaksikan berita selalu dalam keadaan aktif dan melibatkan pengetahuan-pengetahuan atau kepercayaan yang telah didominasi oleh sekitarnya (Graber, 1988, h.28). Persepsi politik itu tidak menarik dari khalayak secara umum bisa memberikan pengaruh kuat pada individu tertentu untuk tidak tertarik pada politik.

## LITERATUR DAN METODOLOGI

### Definisi Satir, Debat dan Talkshow Berita Politik

Tayangan berita kontemporer sudah berubah wajah, bahkan tayangan politik sudah menjadi bagian dari budaya pop seperti serial drama. Di Amerika ada serial *The West Wing* dan juga *Saturday Night Live* yang konten hiburanya juga menyinggung topik politik. Kita tentu ingat episode ketika Tina Fey berakting seperti Sarah Palin. Belum lagi tayangan-tayangan politik satir seperti *The Daily Show with Jon Stewart* dan *The Colbert Report*. Tayangan-tayangan ini mengemas berita dan humor politik menjadi satu. Biasanya impresi tertinggi didapatkan ketika tayang celaan-celaan atau hinaan-hinaan kepada sosok politisi ataupun kebijakannya. Di Indonesia, Mata Najwa dan Indonesian Lawyer Club

juga bisa dikategorikan sebagai politik satir karena dominasi pembahasan konten lewat perdebatan dan atas dasar sinisme. Pertanyaannya adalah bagaimana pengaruh politik satir pada kesadaran politik? Apakah politik satir akan meningkatkan kesadaran berpolitik atau malah membenamkannya kebawah dan berubah menjadi antipati atau sinisme politik. Pertanyaannya ini mendasari beberapa peneliti media di Amerika Serikat dan juga saya di Indonesia.

Hart dan Hartelius mengatakan bahwa sinisme bagus, karena bisa meningkatkan rasa percaya diri anak muda untuk bisa menjangkau politik. Namun demikian, jika hanya sinisme saja yang diangkat ke layar, seperti yang dilakukan oleh Stewart dan Colbert, maka mereka menghapuskan kerja politik yang bagus yang dilakukan oleh politisi-politisi lainnya di dalam benak publik<sup>2</sup>.

Melalui sebuah eksperimen yang dilakukan oleh Jody Baumgartner dan Jonathan S. Morris (2006) menunjukkan hasil yang mendukung pemikiran ini. Dengan membuat tiga grup eksperimen, yaitu satu grup yang tidak menonton televisi, satu grup yang menonton berita biasa dan satu grup lagi yang menonton the Daily Show, ternyata hasilnya adalah grup terakhir paling mendapatkan banyak informasi politik namun yang paling negatif persepsinya para politik<sup>3</sup>.

Dalam penelitian tesis yang saya lakukan, saya menulis politik satir sebagai Politik Hiburan atau *Politicainment*. Tayangan politik yang melibatkan debat kusir, unsur komedi dan sinis juga framing dengan menggunakan filler musik dan teknik edit tertentu, saya kategorikan sebagai *Politicainment* (Revolusi, 2016).

Sebenarnya, pemikiran tentang debat politik memang sudah lama ada. Selama demokrasi berkembang, keterbukaan publik akan

<sup>2</sup> Hart, R.P., & Hartelius, E.J, The political sins of Jon Stewart, *Critical Studies of Mass Communication*, 24, 2007

<sup>3</sup> Baumgartner, J., & Morris, J.S. (2006). *The Daily Show Effect*, *American Politics Research*, 34, 341-367.

membawa pada perdebatan dan pengaruhnya. McNair dalam bukunya *An Introduction To Political Communication* mengatakan bahwa dalam demokrasi liberal, posisi media memiliki tempat yang sangat jelas dan berpengaruh. Ada banyak cara media memberikan pengaruhnya kepada publik. Berbicara tentang media televisi misalnya, ada teknik Reportase, teknik Wawancara hingga teknik Debat dan Talkshow. Masing-masing teknik akan memberikan pengaruhnya dengan dampak yang berbeda-beda (McNair, 2011).

Pengemasan berita politik dalam bentuk hiburan atau Newstainment umumnya dilakukan pada teknik Debat dan Talkshow, termasuk didalamnya adalah Debat dan Talkshow dengan tema Politik. Dalam bukunya *Television Talkshow*, 1994, Livingstone dan Lunt mengatakan:

*“In the audience discussion program, experts [politicians in particular] and lay people are put together, setting an agenda of social issues and offering both established elites and ordinary people the opportunity at least to discuss the lived experience of current affairs issues in relation to expert solutions” (Livingstone and Lunt, 1994)*

Definisi ini menekankan ada batasan konsep debat atau diskusi di televisi, bahwa Debat dan Talkshow harus memiliki beberapa elemen. Pertama adalah konsepnya menempatkan narasumber dan publik secara bersama sama. Kedua, ada agenda yang dibahas dan memberikan kesempatan bagi publik untuk sama sama menawarkan solusi. Perlu digaris bawahi, Solusi. Umumnya tayangan *Politictainment* saat ini lupa harus berujung pada kesimpulan yang solutif.

### **Elemen 1: Talkshow adalah ketika Narasumber dan Publik berdiskusi bersama-sama**

Elemen ini menitikberatkan adanya kesetaraan antara narasumber politik dan juga publik. Dalam prakteknya, memang sulit untuk selalu menghadirkan narasumber dan publik pada tempat yang sama. Selain karena

aspek biaya yang tinggi juga dinilai tidak efektif karena suara publik yang sulit dikontrol bisa menghabiskan durasi program televisi yang memang terbatas.

Namun tafsir dari elemen ini barangkali bisa dibuat seperti ini: Kehadiran publik bisa diwakili oleh adanya Presenter atau yang lazim disebut News Anchor. Seorang Presenter atau News Anchor harus bertugas untuk menjadi suara publik, wakil publik dalam bertanya pada narasumber. Jika demikian, maka pertanyaan berikutnya adalah apakah presenter dari program-program tersebut telah memenuhi elemen ini? Bertindak untuk mewakili suara publik? Atau terbawa dalam arus *Agenda Setting, Priming dan Framing* dari suatu kepentingan tertentu?

Perlu diteliti, bagaimana persepsi publik melihat peran dari seorang News Anchor saat ini. Apakah ia telah berfungsi sebagaimana mestinya, yaitu perwakilan publik atau malah sebaliknya, wakil dari kepentingan.

### **Elemen 2: Talkshow adalah ketika Diskusi Dilakukan Untuk Mengarah Pada Solusi**

Elemen ini menekankan pentingnya program berita politik untuk mengedepankan solusi dalam diskusinya. Solusi dipersepsikan baik, sehingga memberikan pengaruh positif kepada khalayak untuk bersikap positif yang pada akhirnya akan membuka peluang untuk berperilaku positif pada kesadaran berpolitik.

Perlu diteliti lebih lanjut seberapa banyak program-program televisi di Indonesia saat ini dengan format *talkshow* yang memberikan porsi cukup dalam format acaranya untuk menayangkan diskusi dalam proses menemukan solusi dari suatu permasalahan.

### **Bagaimana Komunikasi Memandang Politictainment**

*Mass Society Theory*. Para pakar komunikasi politik belakangan ini kembali menerima sebagian dari teori Khalayak Massa (*Mass Society Theory*). Banyak fenomena publik yang malah bisa dijelaskan melalui pendekatan ini. Teori ini kurang lebih

menekankan tentang kuatnya pengaruh media untuk membangun persepsi publik terhadap sesuatu. Publik begitu rapuh sehingga ketika media menawarkan sesuatu, publik akan mempercayainya. Ketika dilakukan berulang-ulang, pendekatan media melalui teori ini adalah praktik propaganda. Banyak khalayak yang tidak lagi percaya bahwa propaganda melalui media masih dilakukan, namun demikian pada kenyataannya banyak yang masih melakukannya, bahkan cenderung sulit untuk menghindari praktik propaganda dalam media.

Maka perdebatan politik yang berulang-ulang dalam media tanpa arah pada solusi akan semakin menguatkan persepsi publik tentang politik tanpa solusi. Persepsi ini pada akhirnya akan menurunkan kesadaran publik untuk “berpolitik”. Peneliti akan menganalisa apakah teori ini juga akan berlaku pada khalayak pemuda di Indonesia dengan melakukan komparasi pada jawaban-jawaban subjek penelitian.

***Entertainment Theory (News Information Process Theory).*** Berkembangnya Teori Proses Informasi yang digawangi oleh para psikolog di tahun 1980-an memberikan pencerahan tentang efek dari media yang lebih moderat. Salah satunya adalah *Entertainment Theory* atau Teori Dunia Hiburan. Teori ini menyimpulkan bahwa publik dalam kebanyakan kondisi hanya menganggap konten apapun dari media sebagai bahan hiburan. Ini cukup menjelaskan bahwa kepemirsaaan terhadap berita informasi dan politik tidak akan memberikan pengaruh pada perilaku publik karena sifatnya hanya dianggap sebagai hiburan. Peneliti akan melihat bagaimana hubungan antara ketertarikan publik terhadap berita atau talkshow politik yang cukup tinggi di Indonesia dan pengaruhnya pada perilaku politik khalayak. Apakah khalayak melihat, program-program berita politik hiburan di Indonesia sebagai hiburan atau sebagai referensi berpolitik. Apakah khalayak sejalan dengan gagasan, selama berita dan talkshow ini dikemas dalam bentuk yang lebih

“menghibur” maka publik akan menganggapnya sebagai hiburan ketimbang informasi yang harus dipertimbangkan untuk mengubah perilaku mereka.

***Media Dependency System Theory.*** Salah satu teori kontemporer yang sedang berkembang saat ini adalah teori sistem ketergantungan pada media. Teori ini menjelaskan bahwa pengaruh media baru bekerja penuh ketika publik memutuskan untuk bergantung pada media. Jadi selama publik tidak memutuskan untuk bergantung pada media untuk mendapatkan informasi tertentu, maka pengaruhnya akan kecil. Namun begitu publik menganggap informasi di media itu penting, mesin pengaruh media kemudian akan bekerja optimal.

Semakin menghibur suatu berita atau talkshow politik, maka secara langsung akan menurunkan level “urgensi” atau “kepentingannya” terhadap informasi dalam program tersebut. Publik akan menganggapnya sebagai konten hiburan alih-alih sebagai konten informatif yang penting. Ketika publik menganggap politik menjadi hiburan, maka ia tidak akan dianggap penting untuk dijadikan sebagai referensi untuk berperilaku.

Kepemirsaaan yang cukup tinggi untuk program-program berita *Politictainment* menunjukkan bahwa khalayak semakin tertarik dengan topik politik. Tujuan bahwa topik politik diminati oleh khalayak mendapatkan konfirmasi, bahwa semakin menghibur program berita, semakin menarik perhatian khalayak. Namun demikian, menarik untuk dikaji bagaimana peran program berita politik hiburan (*Politic Newstainment*) yang faktanya telah berhasil menarik perhatian khalayak dalam mempengaruhi sikap dan perilaku khalayak terhadap kesadaran berpolitik. Apakah *Politictainment* akan memberikan pengaruh positif atau negatif terhadap sikap dan perilaku politik khalayak? Lalu seberapa “menghibur” kah sebuah program berita politik bisa diproduksi namun tanpa mengorbankan esensi dari politik itu sendiri.

Masalah tersebut menjadi dasar penelitian ini, yaitu untuk mengetahui efek afektif (sikap) dan efek konasi (*behavior*/perilaku) yang timbul pada diri khalayak terhadap kesadaran berpolitik setelah beberapa kali menonton program berita hiburan atau *newstainment* dengan tema politik. Mengingat tujuan mulia para insan redaksi dalam menayangkan program berita hiburan politik ini adalah untuk menarik perhatian khalayak yang pada akhirnya adalah untuk meningkatkan kesadaran berpolitik khalayak.

Sebuah sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan perasaan emosional dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa objek atau gagasan, dalam hal ini adalah sikap terhadap politik. Proses pembentukan sikap dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah media massa sebagai sumber informasi, dalam hal ini adalah program berita politik hiburan di televisi. Media mempunyai kekuatan dalam memberikan pengaruh dalam pembentukan opini dan kepercayaan khalayak. Program berita politik hiburan di televisi dalam melakukan penyampaian informasi memiliki tujuan pokok, membawa pesan-pesan berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang. Dalam proses pembentukan dan perubahan sikap, peranan media massa tidak kecil. Menurut Sasa Djuarsa, sikap ini memungkinkan untuk berlanjut menjadi perilaku

Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana peran program televisi berita politik dengan kemasan hiburan (*politictainment*) dalam mempengaruhi sikap khalayak pada hal politik. Melalui penelitian ini akan bisa dibuktikan apakah televisi berperan dalam pembentukan sikap atau apakah media massa mempunyai efek yang sangat dominan dalam sikap khalayak.

### **Mengukur Pengaruh *Politictainment***

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan jenis kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif, menurut *Robert Donmoyer* (dalam Given, 2008: 713), adalah pendekatan-pendekatan terhadap kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisa, dan menampilkan data dalam bentuk numerik daripada naratif. Sedangkan menurut *Cooper & Schindler* (2006: 229), riset kuantitatif mencoba melakukan pengukuran yang akurat terhadap sesuatu. Untuk menggambarkan sebuah objek yang akan diteliti dalam hal ini saya mempercayai bahwa analisa harus dibuat se-objektif mungkin (paradigma *positivist*). Penelitian ini bertujuan untuk menguji terori-teori dengan menggunakan perspektif riset komunikasi, untuk mengkaji persoalan lebih mendalam menurut pandangan atau pendapat para responden juga akan digali guna mendapatkan informasi primer dari sumber yang layak.

Becker (Mulyana, 2007) mendefinisikan perspektif sebagai seperangkat gagasan yang melukiskan karakter dan situasi yang memungkinkan dalam pengambilan tindakan. Suatu spesifikasi yang layak dan masuk akal dilakukan oleh seseorang. Sedangkan *Wimmer dan Dominick* (2002:102) menyebut pendekatan dengan paradigma, yaitu seperangkat teori, prosedur, dan asumsi yang diyakini bagaimana peneliti melihat dunia<sup>4</sup>. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur persepsi atas kehendak, sikap dan perilaku dari khalayak atas politik. Politik dalam hal ini adalah aktivitas politik diluar memberikan suara pada pemilu.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan eksperimental. Penelitian eksperimen adalah penelitian dimana peneliti sengaja membangkitkan timbulnya suatu kejadian atau keadaan, dengan kata lain penelitian eksperimen adalah suatu cara untuk mencari hubungan sebab akibat (*causal effect*) antara dua faktor yang sengaja ditimbulkan

---

<sup>4</sup> Mulyana, Prof.Deddy, Metode Penelitian Komunikasi, 2007

oleh peneliti dengan mengeliminasi atau mengurangi atau menyisihkan faktor-faktor lain yang bisa mengganggu. Eksperimen selalu dilakukan dengan maksud untuk melihat akibat dari suatu perlakuan yang dilakukan oleh peneliti, Arikuntu (1999: 39).

Saya akan menguji secara benar hipotesis menyangkut hubungan kausal atau sebab akibat (Gay, 1981: 207-208). Saya akan memanipulasi dan mengontrol lebih dari satu variabel bebas, yaitu variabel-variabel tayangan yang termasuk Berita Politik Non Hiburan, variabel-variabel tayangan Talkshow Politik Non Hiburan dan variabel-variabel tayangan Talkshow Politik Hiburan (*Politictainment*) dan mengobservasi efek atau pengaruhnya terhadap satu atau lebih variabel yang terikat, yaitu beberapa aspek mengenai kesadaran politik, yang dalam hal ini saya akan bagi menjadi pemahaman, sikap dan perilaku politik dari subjek eksperimen. Saya akan menentukan setidaknya satu tema politik sebagai variabel bebas pertama yang ditayangkan dalam beberapa tayangan program berita politik yang disajikan dengan dua cara berbeda, yaitu dengan hiburan dan tidak dengan hiburan, sebagai variabel bebas kedua. Dalam hal ini, saya memilih berita politik mengenai korupsi KTP Elektronik sebagai pemicu eksperimen yang ditayangkan di beberapa program berita politik non hiburan di televisi berita di CNN Indonesia Newsroom (CNN Indonesia). Lalu saya juga akan memilih berita politik dengan topik yang sama, ditayangkan dalam beberapa tayangan talkshow *Politictainment* yang ditayangkan di televisi berita, yaitu di Indonesian Lawyer Club ILC (TvOne), dan Mata Najwa (Metro TV).

Eksperimen akan melibatkan beberapa subjek eksperimen yang disebut responden dan merepresentasikan tipe-tipe penonton tayangan Berita Politik. Penelitian ini dibatasi pada 44 mahasiswa sebagai responden. Mahasiswa dipilih dengan pertimbangan generasi ini yang akan berpengaruh besar pada proses demokrasi di Indonesia dalam masa yang akan datang. Setiap subjek

eksperimen akan dikondisikan untuk menyaksikan tayangan-tayangan berita politik dengan berbagai variabel yang telah ditentukan diatas, dan saya akan mencatat bagaimana pengaruh tayangan-tayangan tersebut pada kesadaran politik setiap subjek. Kesadaran politik dapat diukur pada tiga aspek, yaitu pengetahuan politik, kehendak dan sikap politik. Pada penelitian ini, Pengukuran kesadaran politik subjek eksperimen akan dilakukan hanya pada aspek pengetahuan, kehendak dan sikap politik saja. Perilaku politik dalam penelitian ini tidak dilibatkan karena pengukurannya membutuhkan eksperimen lebih lanjut dan lebih besar.

Eksperimen dilakukan pada dua kelompok responden, yaitu kelompok responden kontrol dan kelompok responden eksperimen. Kelompok responden kontrol adalah responden yang diberikan *treatment* terpaan *Talkshow Politicnontainment* sementara kelompok responden eksperimen adalah responden yang diberikan *treatment* terpaan *Talkshow Politictainment*.

Dalam eksperimen ini, kategori gender dan usia diabaikan karena sample ditentukan secara *random purposive*. Selain itu, pengaruh tayangan televisi bekerja tanpa mengenal gender. Pria dan wanita akan mendapatkan tayangan yang persis sama.

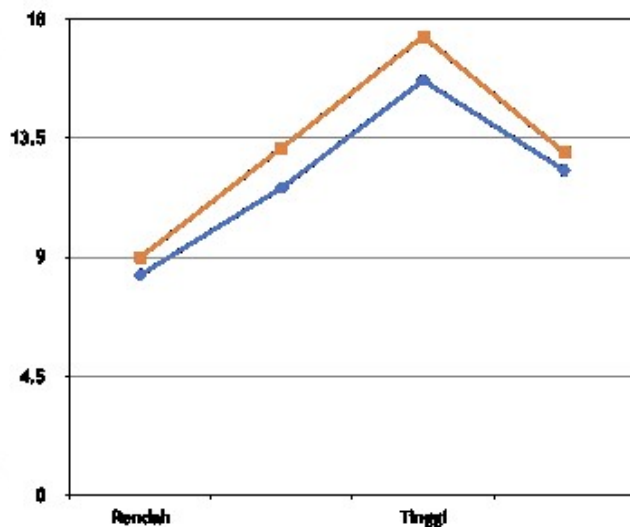
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode eksperimen pada kelompok responden kontrol dibagi kedalam dua tahapan, yaitu *pre-test* dan *post-test*. *Pre-Test* dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana sikap awal responden kelompok kontrol mengenai partisipasi politik positif. Test dilakukan dengan cara melakukan wawancara pada responden sebelum menyaksikan tayangan Talkshow *Politictainment*. Hasil wawancara dituangkan dalam angket yang menggunakan sakala Likert dan diisi sendiri oleh responden. Lalu responden akan diberikan *treatment*, yaitu menyaksikan tayangan CNN Indonesia Prime episode Patgulipat E-KTP, selama kurang lebih



sekitar 12 menit. Saya kemudian mempersilahkan responden untuk kembali mengisi angket untuk mengukur ada atau tidaknya perubahan niat dalam bersikap politik positif setelah menyaksikan tayangan

tersebut. Angket menggunakan skala Likert dengan jumlah responden sebanyak 22 orang.



Gambar 1 Grafik Pergeseran Sikap Politik Responden Kelompok Kontrol

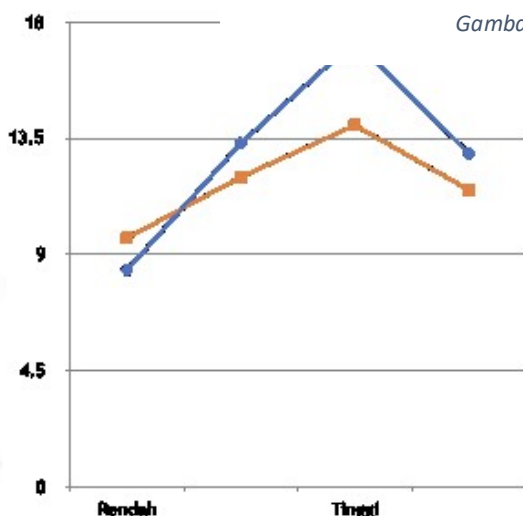
Dari grafik Gambar 1, kita bisa melihat bahwa semakin tinggi sikap awal pada norma kategorisasi, maka akan semakin tinggi pula pergeseran *mean*-nya. Artinya setelah menyaksikan tayangan Politicnontainment, semakin tinggi sikap awal responden pada niat partisipasi politik aktif maka akan semakin tinggi atau semakin positif persepsi responden di kelompok kontrol pada politik dan juga semakin tinggi kehendaknya untuk bersikap dalam partisipasi politik aktif.

### Hasil Eksperimen Kelompok Kontrol (Politicnontainment)

- Tayangan Politicnontainment Merubah Persepsi dan Kehendak Responden
- Semakin Tinggi Sikap Awal Responden Pada Politik Maka Akan Semakin Besar Pengaruh Tayangan Politicnontainment
- Tayangan Politicnontainment Meningkatkan Persepsi dan Kehendak Responden Pada Politik

● Mean Sikap Awal Politik  
 ■ Mean Sikap Politik Setelah Tayangan Politic Nontainment

Persis seperti eksperimen pada kelompok kontrol, penelitian pada kelompok responden eksperimen dibagi kedalam dua tahapan, yaitu *pre-test* dan *post-test*. *Pre-Test* dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana sikap awal responden di kelompok ini pada partisipasi politik positif. Test ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara pada responden sebelum menyaksikan tayangan *Talkshow Politictainment*. Hasil wawancara dituangkan dalam angket yang menggunakan skala



Gambar 1 Grafik Pergeseran Sikap Politik Responden Kelompok Eksperimen

(Polictainment)

- Tayangan Politictainment Merubah Persepsi dan Kehendak Politik Responden
- Semakin Tinggi Sikap Awal Responden Pada Politik Maka Akan Semakin Besar Pengaruh Tayangan Politictainment
- Tayangan Politictainment Menurunkan Persepsi dan Kehendak Responden Pada Politik

● Mean Sikap Awal Politik  
 ■ Mean Sikap Politik Setelah Tayangan Politictainment

Gambar 2 Grafik Pergeseran Sikap Politik Responden Kelompok Eksperimen

Likert dan diisi sendiri oleh responden. Lalu responden akan diberikan *treatment*, yaitu menyaksikan tayangan Mata Najwa di Metro TV episode Jejak Kasus E-KTP, selama kurang lebih sekitar 10 menit. Saya kemudian mempersilahkan responden untuk kembali mengisi angket untuk mengukur ada atau tidaknya perubahan kehendak dalam bersikap politik positif setelah menyaksikan tayangan tersebut. Angket menggunakan skala Likert dengan jumlah responden 22 orang.

Dari grafik Gambar 2, kita bisa melihat bahwa semakin tinggi sikap awal pada norma kategorisasi, maka akan semakin tinggi pula pergeseran mean-nya. Artinya setelah menyaksikan tayangan Politainment, semakin tinggi sikap awal responden pada niat partisipasi politik aktif maka akan semakin lemah atau semakin negatif persepsi responden di kelompok eksperimen pada politik dan juga semakin rendah kehendaknya untuk melakukan partisipasi politik aktif. Kecuali pada norma kategorisasi rendah, sikap awal dan sikap setelah tidak konsisten dengan pergeseran pada norma kategorisasi sedang dan tinggi. Hal ini akan saya cek melalui uji signifikansi.

Grafik-grafik percobaan tersebut secara kajian cukup mengejutkan. Kita akhirnya bisa membaca bahwa membuat tayangan semakin menghibur pada berita politik bisa memberikan dampak yang negatif pada persepsi dan sikap politik selanjutnya. Hasil ini akan melawan tren produksi tayangan berita kontemporer yang cenderung menekankan budaya pop demi persaingan rating dan share pada televisi.

#### **SIMPULAN** (Times New Roman 12 pt)

Dari kajian-kajian terhadap efek media yang dilakukan pada tayangan politik satir atau politik hiburan, maka efek tayangan media tidak berjalan linear dengan tingkat ketertarikan politik itu sendiri. Pada kondisi tertentu, efek tayangan politik satir atau hiburan akan menurunkan atau mengaburkan penyampaian pesan politik itu sendiri. Saya menyebutnya ini sebagai efek **Bias Politainment**.

Efek tayangan Politainment yang menggerus persepsi dan kehendak pada politik ini tidak boleh dianggap remeh. Persepsi yang negatif terhadap politik, pada derajat tertentu dapat berpotensi untuk menurunkan tingkat partisipasi politik publik. Sementara itu demokrasi, mensyaratkan tingkat partisipasi politik yang tinggi karena sistem ini menganut suara mayoritas dari populasi.

Dengan kenyataan bahwa tayangan televisi masih menjadi sumber utama publik mendapatkan informasi maka media perlu memberikan batasan atas efek-efek hiburan, satir, debat dan atau komedi dalam tayangan politik. Penting sekali untuk melakukan kajian pada batasan-batasan ini sehingga media dapat tetap menayangkan tayangan-tayangan politik yang menarik dan menghibur, namun tetap tidak menggerus persepsi politik publik pada demokrasi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Abberton, Michael. (2014). *Newstainment and The Danger for Democracy*.

Alsa, Asmadi. (2004) *Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Azwar, Saifuddin. (2007). *Sikap Manusia. Teori dan Pengukurannya*. Edisi ke-2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Baran, J. Stanley, and Davis, Dennis.K, (2010). *Introduction to Mass Communication Theory, Fifth Edition*. McGraw Hill Education.

Fred N. Kerlinger. *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Gay, L. R. (1981). *Educational Research: Competencies for Analysis and Application*. London: Prentice-Hall International (UK) Ltd.

Harrington, Stephen. (2007) How does 'Newstainment' actually work?: ethnographic research methods and contemporary popular news. In International Communication Association (Creating Communication: Content, Control, and Critique), 24-28 May 2007, San Francisco, CA.

Isaac, S. dan William B. M. (1977). Handbook in Research and Evaluation: For Education and the Behavioral Sciences. First edition. San Diego, CA: EdITS

Jonassen (Ed.) Handbook of Research for Educational Communications and Technology. (2nd Ed.). (pp 1021-1043). Mahwah Nj: Lawrence Erlbaum Associates.

Jones, Jeffrey P. (2010). Entertaining Politics, Satiric Television and Political Engagement.

Livingstone and Lunt. (1997). Television Talkshow, Audience Participation and Public Debate. Routhledge, London and New York.

McNair, Brian. (2003). An Introduction To Political Communication, Third Edition, Routledge, London & New York.

Nielsen Research Center, Doing Well By Doing Good. (2014). A Rating and Share Study for Television.

Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

### Biografi singkat Penulis



**Prabu Revolusi** lahir di Bandung, 16 Juni 1980, Prabu menyelesaikan pendidikan S1 nya di Teknik Fisika Institut Teknologi Bandung (ITB) pada tahun 2004. Ia melanjutkan studi Magisternya di Universitas Paramadina tahun 2015, dalam bidang Komunikasi Politik dan lulus tahun 2017 dengan predikat Magna Cum Laude. Saat ini Prabu sedang menyelesaikan pendidikan Doktorat Ilmu Komunikasi di Universitas Sahid Jakarta dengan konsentrasi pada studi Media. Kajian yang menjadi minat besarnya adalah mengenai perubahan Media Baru. Prabu juga seorang jurnalis dan penyiar berita senior di CNN Indonesia sejak 2016. Sebelumnya ia pernah bergabung di Metro TV, Rajawali Televisi dan Trans TV. Prabu merupakan nominator Pembaca Berita Terbaik dalam ajang Panasonic Gobel Awards tahun 2012 dan 2017. Tahun 2016, Ia juga menjadi nominasi Pembaca Berita Terbaik dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Sekarang Ia menjadi dosen tetap di jurusan Komunikasi di Universitas Paramadina Jakarta.