

TALK SHOW POLITIK ‘MATA NAJWA’ DAN PENGARUHNYA TERHADAP MENINGKATNYA PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT

Amelia Resti Wijayanti, Rendro Dhani

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Institut Komunikasi dan Bsinis LSPR, Jakarta Pusat, Indonesia

Email: ameliawjnti@gmail.com, rendro.d@lspr.edu

Abstrak

‘Mata Najwa’ adalah sebuah program *talk show* televisi yang mampu menyedot perhatian publik karena menghadirkan narasumber terkenal dan kredibel dalam berbagai episodenya. Selain itu, Najwa Shihab yang menjadi presenter dalam diskusi politik ini juga mampu mengupas dengan tajam masalah sosial dan politik dalam konteks demokrasi liberal di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memeriksa peranan Mata Najwa sebagai sebuah *talk show* politik dalam mempengaruhi audiensnya untuk berpartisipasi dalam aktivitas politik. Penelitian kuantitatif ini menggunakan pendekatan kausalitas eksplanatif. Survei daring dilakukan kepada 100 orang responden yang dipilih dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Responden dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, antara lain berjenis kelamin pria maupun wanita, berusia di atas 17 tahun, sering menonton *talk show* Mata Najwa, dan berdomisili di Jakarta dan kota-kota sekitarnya. Peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menganalisis data. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Mata Najwa berpengaruh signifikan terhadap peningkatan keinginan penonton untuk berpartisipasi politik. Analisis korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang erat (0.731) dengan pengaruh tayangan Mata Najwa yang dapat menjelaskan variasi peningkatan partisipasi politik masyarakat sebesar (53.5%), sedangkan sisanya (46.5%) disebabkan oleh faktor lain yang tidak diperiksa dalam penelitian ini. Ini juga menunjukkan bahwa program diskusi politik dalam bentuk *talk show* di televisi masih memiliki pengaruh kuat untuk mengubah perilaku masyarakat.

Kata Kunci: Mata Najwa, *talk show*, partisipasi politik

Abstract

‘Mata Najwa’ is a television *talk show* program that is able to capture public attention because it presents well-known and credible sources in its various episodes. In addition, Najwa Shihab, who was the speaker in this political discussion, was also adept to sharply discuss social and political issues in the context of liberal democracy in Indonesia. This study aimed to examine the effect of Mata Najwa as a political *talk show* in influencing its audience to participate in political activities. This quantitative research uses an explanative causality approach. An online survey (n=100) was circulated in which respondents were selected using a non-probability sampling technique. The inclusion of respondent is based on predetermined criteria, including men and women, aged 17+, frequently

watch the talk show and domiciled in Jakarta and surrounding cities. We used simple linear regression analysis for the data analysis technique. It found that Mata Najwa had a significant effect on increasing audience desire for political participation. Correlation analysis shows that there is a close relationship (0.731) with the effect of Mata Najwa program which can explain the variation of the increase in the public political participation (53.5%), while the rest (46.5%) is caused by other factors not examined in this study. It also demonstrates that political discussion programs in the form of television talk shows still have a strong influence on changing people's behavior.

Keywords: Mata Najwa, talk show, political participation

Pendahuluan

Talk show adalah sebuah program acara televisi atau radio yang umumnya terstruktur dalam format diskusi percakapan secara spontan. Meskipun tidak jelas kapan pertama kali muncul, sebuah sumber menyebutkan bahwa *talk show* adalah program acara televisi yang telah diproduksi pada abad ke-20 seiring dengan dimulainya era media broadcasting (Timberg & Erler, 2002). Sejak tahun 1960an, *talk show* telah menarik perhatian publik namun juga menuai kritikan para peneliti media dan kritikus media televisi. Belakangan ini, beberapa kritikan dari pakar dan pengamat televisi diarahkan kepada *talk show* yang antara lain menyatakan bahwa *talk show* telah mengambil alih secara paksa *traditional functions of journalism*.

Sejak awal dekade 1990an, *talk show* di Amerika Serikat telah diwarnai dengan kepentingan dan tujuan politik untuk memenangkan kandidat presiden tertentu. Kandidat presiden Ross Perot, misalnya, tampil dalam acara *Larry King Live*, sedang Bill Clinton juga muncul dalam acara “talk show President”. Sejak itu, *talk show* politik selalu dimanfaatkan dalam setiap menjelang hajatan pesta demokrasi pemilihan umum nasional di AS. “[T]alk shows have increasingly become sites where news, entertainment, and political power converge” (Timberg & Erler, 2002).

Di Indonesia, program acara *talk show* politik sudah muncul sejak masa pemerintahan Orde Baru. Ketika kebebasan pers dan kebebasan berekspresi masih mendapat tekanan kuat dari rezim otoriter Soeharto, sebuah acara *talk show* politik berjudul ‘Perspektif’ dari televisi SCTV dengan arahan dari *host* Wimar Witoelar pernah hadir secara reguler di ruang publik. Namun acara yang mendapat sambutan baik dari publik itu hanya bertahan enam bulan, karena SCTV secara mendadak menghentikan acara itu tanpa alasan yang jelas. Tayangan episode Perspektif terakhir adalah saat Wimar mengundang Mochtar Lubis, seorang tokoh pers nasional yang dalam acara itu mengkritik demokrasi Indonesia (Dhani, 2017). Setelah rezim otoriter Soeharto tumbang pada tahun 1998, maka dimulailah era Reformasi yang membawa Indonesia ke sistem politik demokrasi liberal. Demokratisasi yang terjadi secara mendadak itu (*sudden democracy*) segera membuka keran kebebasan pers dan kebebasan publik dalam mengekspresikan pendapatnya, termasuk melalui berbagai acara *talk show* politik.

Penelitian ini berfokus pada sebuah program *talk show* politik yang paling populer di Indonesia yang berjudul ‘Mata Najwa’. Ini merujuk sebuah hasil survey nasional yang dilakukan pada 24–30 Januari 2020 oleh *Cyrus Network* yang menunjukkan bahwa ‘Mata Najwa ditonton sebanyak 24 persen responden. Sementara acara *talk show* politik lainnya, ‘Indonesia Lawyers Club’ (ILC) di TvOne hanya ditonton 20 persen responden. Adapun tayangan ‘Rossi’ (Kompas TV), ‘E-Talkshow’ (TvOne), dan ‘Aiman’ (Kompas TV) masing-masing hanya ditonton 5 persen responden (Bernie, 2020, para. 4). Najwa Shihab yang menjadi *host* dalam acara *talk show* Mata Najwa adalah salah seorang puteri dari ulama dan cendekiawan muslim Professor Quraish Shihab. Setahun sejak Metro TV didirikan pada 25 November 2000, Najwa Shihab telah bergabung di stasiun televisi swasta berita tersebut sebagai *news anchor*.

(Livingstone & Lunt, 1994) menjelaskan bahwa media massa memiliki peran yang penting dalam proses politik, media massa menjadi saluran bagi pemerintah untuk berkomunikasi dengan rakyat dalam rangka mendapatkan persetujuan. Namun, Iyengar dan McGrady (2007) menyatakan bahwa media massa berperan sebagai *watchdog* untuk mengawasi pejabat publik dan mencegah mereka untuk menyalahgunakan kepercayaan publik. Dewasa ini, *talk show* Mata Najwa menjadi salah satu program televisi yang banyak ditonton oleh masyarakat karena keberaniannya untuk mengangkat topik yang mewakili keresahan masyarakat dalam setiap episodenya. Acara *talk show* Mata Najwa, yang pernah diproduksi belasan tahun (2009–2017) di televisi MetroTV, sempat dihentikan tayangannya secara mendadak. Melalui akun Twitter resminya, Najwa Shihab mengumumkan bahwa program *talk show* Mata Najwa tidak akan lanjut setelah episode ‘Eksklusif Bersama Novel Baswedan’. Episode itu menjadi produksi Mata Najwa yang terakhir di MetroTV (Dhani, 2017). Namun pada tahun 2018, acara *talk show* politik itu kembali hadir di stasiun televisi swasta lainnya, TransTV.

Kepopuleran acara Najwa Shihab tidak hanya menarik perhatian publik. Sejumlah penelitian telah dilakukan para akademisi untuk mengkaji berbagai aspek terkait *talk show* politik ini. Beberapa penelitian diantaranya membahas acara Mata Najwa dalam konteks penggunaan bahasanya, narasi maupun pemaknaan tutur kata yang digunakan (lihat misalnya, (Ruvianto, Rustono, & Sulistyningrum, 2017)). Selain itu, beberapa studi juga memfokuskan penelitiannya pada respon dan pemaknaan penonton (lihat misalnya, (Suherlan & Zakiah, 2021)), serta beberapa sudut pandang lainnya, seperti gaya komunikasi direktif dalam acara Mata Najwa (Prawita & Utomo, 2020) dan intensitas dan pengembangan wawasan mahasiswa yang menonton acara Mata Najwa (Fatmawati, 2020).

Dalam suatu kesempatan, Najwa secara terbuka pernah menyatakan bahwa salah satu tujuan acara Mata Najwa adalah sebagai ajakan bagi masyarakat untuk turut aktif berpartisipasi politik. Tim Mata Najwa merancang program tersebut sebagai ruang diskusi dan kritik bagi semua pihak, menyalurkan suara-suara masyarakat, dan meningkatkan toleransi serta partisipasi masyarakat dalam hal politik (Berbagi perjalanan satu, 2019). Hal ini menarik perhatian kami untuk meninjau ada tidaknya pengaruh acara Mata Najwa ini terhadap perubahan perilaku penonton maupun yang

selaras dengan meningkatnya partisipasi politik masyarakat. Selain itu, melalui penelusuran literatur ilmiah, kami menemukan *gap* dalam penelitian yang mengkaji tentang topik dan sudut pandang tersebut, dimana penelitian tentang Mata Najwa dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik sangat jarang ditemukan atau diteliti.

Partisipasi politik merupakan sebuah dampak yang indikator penting dalam sebuah negara demokrasi. Seberapa tinggi atau rendahnya partisipasi politik publik dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Tayangan informasi yang dikemas dan disajikan melalui media massa merupakan salah satu faktor penting yang mendorong warga. (Huntington, S. P., dan Nelson, 1997) mendefinisikan partisipasi politik sebagai kegiatan warga negara yang berperan sebagai pribadi-pribadi dan bertujuan untuk mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh pemerintah. Oleh sebab itu, partisipasi politik masyarakat sangat penting peranannya dalam arah kebijakan di sebuah negara. Partisipasi politik sendiri tidak hanya perihal tindakan individu dalam mengikuti pemilihan umum. Lebih dari itu, partisipasi politik dapat diwujudkan dalam bentuk yang lebih luas. (Roth, F.L., dan Wilson, 1980) mengungkapkan partisipasi politik yang berbentuk non-konvensional dapat diwujudkan dalam kegiatan demonstrasi, konfrontasi, penyampaian kritik, dan melakukan mogok. Sementara partisipasi politik dalam bentuk konvensional dapat diwujudkan dalam bentuk memberikan suara, menghadiri rapat umum, menjadi anggota suatu partai atau kelompok kepentingan, melakukan komunikasi dengan pejabat pemerintahan ataupun anggota parlemen.

Meskipun masyarakat kini telah familiar dengan penggunaan media sosial dan platform berbasis internet, namun media massa tradisional khususnya televisi hingga kini masih menjadi salah satu media pilihan utama bagi masyarakat dalam memenuhi informasi seputar politik. (Tupani, 2020) merilis data dari Nielsen bahwa terdapat lonjakan durasi menonton televisi oleh masyarakat Indonesia sebesar 40%, kepemirsaaan program berita bertambah 25%, dan segmen program anak-anak serta *series* juga mengalami peningkatan kepemirsaaan sebesar 15.8%.

Penelitian tentang peranan maupun pengaruh media massa pada perilaku dan kesadaran publik telah dilakukan sejumlah peneliti. (Hayat, Juliana, & UMBER, 2015), misalnya, telah menguji pengaruh *talk show* politik dalam meningkatkan kesadaran politik bagi anak-anak muda di Pakistan. Dalam penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa kelompok anak muda yang sering menonton *talk show* politik memiliki kecenderungan berupa wawasan yang lebih luas mengenai hak-hak politik. Kemudian, kelompok tersebut akan membantu kelompok lain untuk dapat berpartisipasi dalam proses politik di Pakistan. Penelitian yang hampir sama dilakukan oleh (Zaheer, 2016) yang dalam penelitiannya menemukan bahwa menonton program *talk show* politik memiliki hubungan yang signifikan dengan efektivitas dan partisipasi politik masyarakat. Selain itu, unsur-unsur lain yang mempengaruhi tingkat efikasi politik dan partisipasi politik dalam penelitiannya antara lain adalah demografi, *gender*, dan juga pendapatan.

Sementara itu, penelitian yang relatif baru juga dilakukan oleh (Hutasoit & Gusfa, 2020), yang dalam meneliti warga di Kabupaten Belu, Nusa Tenggara Timur

menyimpulkan bahwa masyarakat masih menjadikan televisi sebagai sumber informasi politik yang utama. Paparan media televisi yang memuat informasi politik dengan frekuensi dan durasi yang tinggi nyatanya berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik masyarakat yang diwujudkan dalam bentuk konvensional. Dengan menggunakan teori stimulus organisme respon (SOR) dan merujuk pada beberapa penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh program acara *talkshow* di media televisi, khususnya di era media digital saat ini dan seberapa besar pengaruh itu bagi peningkatan partisipasi politik penontonnya. Teori SOR menguraikan bahwa media massa sangat berperan dalam memengaruhi khalayak (AM, 2010). Lebih lanjut dijelaskan, bahwa stimulus yang diberikan kepada khalayak dalam proses penerimaannya dipengaruhi oleh organisme, sehingga respon yang dihasilkan tidak hanya bergantung dari si pemberi pesan dan khalayak saja. (Noble, 1966) mengemukakan bahwa perilaku merupakan sebuah respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan yang berasal dari luar.

Program Mata Najwa dalam penelitian ini berperan sebagai stimulus yang memberikan pesan kepada khalayak. Pesan yang dimuat berisikan informasi politik dan ajakan bagi masyarakat untuk turut berpartisipasi politik. Adapun respon yang diharapkan adalah respon positif yang kemudian diwujudkan dalam bentuk keikutsertaan masyarakat dalam partisipasi politik baik dalam bentuk konvensional maupun non-konvensional. Program Mata Najwa diukur dengan dimensi penampilan, pemahaman pesan, ilustrasi presenter, gaya penyampaian, dan intensitas tayangan (Citra, 2019). Presenter dalam sebuah *talk show* memegang peranan yang sangat penting, (Lauerbach, 2007) berpandangan bahwa *host* dalam acara *talk show* politik berperan sebagai representasi dari acara dan media tersebut, sementara narasumber politisi yang hadir adalah sebagai perwakilan dari organisasi politiknya, dan narasumber ahli yang hadir adalah perwakilan dari organisasi profesinya. Sementara itu, (Bruun, 2001) berpendapat bahwa gaya wawancara, peran *interviewer*, dan peran narasumber merupakan tiga komponen terpenting yang dapat diberikan kepada audiens. Lebih lanjut, (Lauerbach, 2007) menjelaskan bahwa dalam sebuah acara *talk show* politik audiens bisa saja terdiri dari audiens di studio maupun di rumah. Partisipasi audiens di studio dapat dilakukan secara langsung, dan partisipasi audiens di rumah dapat dilakukan melalui telepon, mengirim e-mail, dan mengirim pesan lain melalui media yang disediakan.

Sementara itu, peningkatan partisipasi politik diukur dengan dimensi partisipasi politik gladiator dan partisipasi politik pengkritik. Partisipasi politik gladiator diwujudkan dalam bentuk aktif terlibat dalam proses politik konvensional seperti menjadi aktivis partai, mengikuti pemilihan umum, menjadi komunikator, dan menjadi aktivis masyarakat. Sebaliknya, partisipasi politik pengkritik berpartisipasi dalam bentuk non-konvensional yang diwujudkan dalam aksi demonstrasi, menyampaikan kritikan, mengajukan petisi, serta mengawasi kebijakan dan proses politik (Cholisin, 2007). (Pausch, 2012) mengelompokkan partisipasi politik konvensional dan non-konvensional sebagai partisipasi politik langsung (*direct political participation*).

Dimana partisipasi politik langsung (*direct political participation*) bertujuan untuk menyuarakan ekspresi kepentingan politik yang didasarkan oleh motivasi politik. Motivasi politik dapat berupa keinginan agar partai politik atau politisi tertentu meraih kemenangan, maupun mempromosikan keyakinan atau kepentingan politik sendiri dalam bidang tertentu.

Dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, peningkatan partisipasi politik masyarakat terpantau meningkat. Pada Pemilu 2019 lalu, partisipasi masyarakat dalam pemilu meningkat hampir 10% dengan presentase partisipasi sebesar 81% dan melebihi target nasional yang hanya berada di angka 77,5% (Purbolaksono, 2019). Data Indeks Demokrasi Indonesia juga mencatat hal serupa, pada tahun 2019 aspek kebebasan sipil, aspek hak-hak politik, dan aspek lembaga demokrasi mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya yang menunjukkan peningkatan demokrasi di Indonesia (Statistik, 2019).

Pertanyaannya kemudian dalam konteks peningkatan partisipasi politik apakah terdapat peranan dari tayangan Mata Najwa yang menjadi dorongan bagi masyarakat untuk berani berpartisipasi? Apakah masyarakat memanfaatkan program Mata Najwa sebagai salah satu sumber untuk mendapatkan informasi seputar politik? Dan seberapa besar signifikansi pengaruh tayangan Mata Najwa terhadap meningkatnya partisipasi politik masyarakat? Dalam penelitian ini penulis menguji hipotesis bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara tayangan Mata Najwa terhadap meningkatnya partisipasi politik masyarakat di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Tayangan Mata Najwa ditinjau dari penampilan, pemahaman pesan, ilustrasi presenter, gaya penyampaian, dan intensitas tayangan. Sementara partisipasi politik masyarakat ditinjau dari bentuk partisipasi politik konvensional dan non-konvensional.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan populasi masyarakat di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi. Peneliti menyebarkan kuesioner pada bulan Maret sampai dengan April 2020 kepada 100 orang responden sebagai sampel dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan menetapkan kriteria responden sebagai berikut: berusia di atas 17 tahun, sering menonton tayangan Mata Najwa, dan sudah pernah melihat atau mengikuti akun media social tim Mata Najwa atau Najwa Shihab. Variabel yang diuji dalam penelitian ini adalah tayangan Mata Najwa dan tingkat partisipasi politik.

Dalam variabel (X) yakni tayangan Mata Najwa dianalisis menggunakan lima dimensi, yaitu: penampilan, pemahaman pesan, ilustrasi presenter, gaya penyampaian, dan intensitas tayangan. Dimensi penampilan dimaksudkan untuk menganalisis apakah penampilan Najwa Shihab sebagai pembawa acara sudah sesuai dengan karakter *talk show* politik. Dimensi pemahaman pesan bertujuan untuk menganalisis seberapa penting topik bahasan yang diangkat, seberapa berkompeten narasumber yang dihadirkan, dan seberapa akurat pesan-pesan yang disampaikan melalui tayangan Mata Najwa.

Dimensi ilustrasi presenter menganalisis apakah karakter dari seorang Najwa Shihab sudah tepat menjadi representasi dari acara Mata Najwa. Sementara dimensi gaya penyampaian menganalisis kemampuan Najwa Shihab dalam menyampaikan pertanyaan kepada narasumber dan kemampuan Najwa Shihab menyampaikan pesan dan konklusi dari setiap episode kepada audiens. Dan dimensi intensitas tayangan menganalisis seberapa ideal durasi dan jam tayang Mata Najwa saat ini bagi audiens.

Variabel (Y) yakni partisipasi politik dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua jenis, yakni partisipasi politik gladiator dan partisipasi politik pengkritik. Dimensi partisipasi politik gladiator diukur dengan keterlibatan masyarakat dalam cara-cara konvensional seperti menjadi komunikator, mengikuti pemilihan umum, menjadi aktivis, dan menjadi pekerja kampanye. Sementara dimensi partisipasi politik pengkritik diukur dengan keterlibatan masyarakat dalam cara-cara non-konvensional seperti menyuarakan kritikan, melakukan demonstrasi, mengawasi kebijakan, dan mengajukan petisi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linear sederhana untuk menguji hipotesis awal terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara tayangan Mata Najwa terhadap meningkatnya partisipasi politik masyarakat di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi.

Hasil Dan Pembahasan

Penelitian ini telah melakukan survei terhadap 100 orang responden di wilayah Jabodetabek. Dari keseluruhan responden 53% berjenis kelamin laki-laki, dan 47% berjenis kelamin perempuan. Dari aspek pendidikan, 68% responden berada di jenjang S1 dan 32% di jenjang pendidikan SMA dan sederajat. Sementara dari aspek profesi, sebesar 50% responden berstatus sebagai mahasiswa, 25% berstatus sebagai karyawan swasta, 17% berstatus sebagai *freelancer*, 6% berstatus sebagai wirausaha, dan sisanya sebesar 2% berstatus sebagai pegawai pemerintahan. Selanjutnya dari aspek domisili didominasi oleh warga DKI Jakarta sebesar 61%, kemudian warga Bekasi sebesar 14%, warga Depok sebesar 11%, dan warga Bogor serta Tangerang sebesar 7%.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya setiap butir pertanyaan yang tersaji di dalam kuesioner. Apabila koefisien korelasi $>$ dari nilai r -tabel maka nilai butir pertanyaan dianggap valid dan sebaliknya. Dalam penelitian ini, validitas dan indikator dianalisis menggunakan sampel sejumlah 100, sehingga $N = 100$ pada α sebesar 0.5% sebesar 0.195. Jika r -hitung $>$ r -tabel dan nilai r positif, maka setiap indikator dikatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian. Berikut merupakan data hasil uji validitas untuk kedua variabel dalam penelitian ini:

Tabel 1
Validitas Variabel X (Tayangan Mata Najwa)

Butir Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1	0,881	0,195	Valid
X2	0,813	0,195	Valid
X3	0,789	0,195	Valid
X4	0,791	0,195	Valid
X5	0,814	0,195	Valid
X6	0,808	0,195	Valid
X7	0,836	0,195	Valid
X8	0,792	0,195	Valid

Sumber: Olahan data peneliti (2020)

Tabel 2
Validitas Variabel Y (Partisipasi Politik)

Butir Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y1	0,528	0,195	Valid
Y2	0,648	0,195	Valid
Y3	0,729	0,195	Valid
Y4	0,570	0,195	Valid
Y5	0,814	0,195	Valid

Sumber: Olahan data peneliti (2020)

Berdasarkan data kedua tabel di atas semua nilai r hitung pada indikator variabel melebihi nilai r hitung yang diperoleh dari nilai $df = n-2$ ($100 - 2 = 98$) dan $\alpha = 0,05$ yaitu 0,195. Maka, 8 butir pertanyaan mengenai tayangan Mata Najwa tersebut dapat dijadikan acuan dalam mengukur variabel X dan 5 butir pertanyaan mengenai partisipasi politik dapat dijadikan acuan dalam mengukur variabel Y.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan variabel jika dilakukan pengujian lebih dari satu kali. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menguji besar nilai *Cronbach's Alpha* instrument dari masing-masing dimensi yang diuji. Adapun kriteria yang menentukan reliabel atau tidak adalah apabila nilai r *alpha* lebih besar dari nilai standarisasi sebesar 0.6. Selanjutnya, apabila *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner dianggap reliabel.

Tabel 3
Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach Alpha	Explanation
Tayangan Mata Najwa (X)	0.949	Reliable
Partisipasi Politik (Y)	0.836	Reliable

Sumber: Olahan data peneliti (2020)

Data pada tabel 3 menunjukkan hasil bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan *Cronbach's Alpha* $> 0,6$, berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pengukuran dari semua

variabel dalam penelitian ini dinyatakan *reliable* serta instrumen yang digunakan dalam pengujian variabel tersebut dapat digunakan di dalam sebuah penelitian.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data sampel yang digunakan dalam penelitian bersumber dari populasi yang berdistribusi normal. Dalam penelitian ini digunakan uji Kolmogrov-Smirnov.

Tabel 4
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test			
		Tayangan Mata Najwa	Partisipasi Politik
N		100	100
	Mean	3.6125	3.7040
Normal Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	.80295	.55740
Most Extreme Differences	Absolute	.078	.082
	Positive	.048	.068
	Negative	-.078	-.082
Test Statistic		.078	.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.137 ^c	.092 ^c
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			

Sumber: Olahan data peneliti (2020)

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui pengujian normalitas pada data tayangan Mata Najwa adalah $K-Z = 0.78$ dengan *Asymp. Sig (2-tailed) > 0.05*, maka dapat disimpulkan bahwa data tayangan Mata Najwa berdistribusi normal. Selanjutnya, pada pengujian normalitas data partisipasi politik diperoleh $K-Z = 0.82$ dengan *Asymp. Sig (2-tailed) > 0.05*, maka dapat disimpulkan bahwa data partisipasi politik berdistribusi normal.

4. Mean Variabel X (Tayangan Mata Najwa) dan Variabel Y (Partisipasi Politik)

Tabel 5
Mean Tayangan Mata Najwa

Variabel X (Tayangan Mata Najwa)	Mean	Std. Deviation
Penampilan Najwa Shihab sebagai representasi acara Mata Najwa	4,35	,657
Topik pembahasan di setiap episode variatif dan penting bagi masyarakat	4,44	,556
Kredibilitas dan kecakapan narasumber	4,22	,613
Keakuratan informasi yang disampaikan	4,20	,586
Karakter Najwa Shihab tepat untuk membawakan acara Mata Najwa	4,43	,655
Kecakapan Najwa Shihab dalam menyampaikan pertanyaan kepada narasumber	4,29	,640
Kecakapan Najwa Shihab dalam menyampaikan informasi dan simpulan kepada audiens	4,31	,615
Jam tayang pukul 20:00 – 21:30 sudah ideal bagi audiens.	3,80	,752

Sumber: Olahan data peneliti (2020)

Data tabel 5 menunjukkan bahwa kebaruan dan pentingnya topik yang diangkat dalam setiap episode merupakan daya tarik terbesar dari acara Mata Najwa bagi responden (M=4,44), setelah itu karakter Najwa Shihab dianggap sudah tepat sebagai pembawa acara Mata Najwa (M=4,43), penampilan Najwa Shihab sudah tepat sebagai representasi acara Mata Najwa (4,35), kemampuan Najwa Shihab dalam menyampaikan pesan dan kesimpulan (4,31), kemampuan Najwa Shihab dalam menyampaikan pertanyaan kepada narasumber (4,29), kredibilitas narasumber yang dihadirkan (4,22), keakuratan informasi yang disampaikan (4,20), dan jam tayang yang sudah ideal bagi penonton (3,80).

Tabel 6
Mean Partisipasi Politik

Variabel Y (Partisipasi Politik)	Mean	Std. Deviation
Mengikuti isu seputar politik melalui acara Mata Najwa	4,02	,710
Memiliki keinginan untuk mengawasi kebijakan pemerintah maupun perkembangan kasus politik	3,83	,726
Dengan menonton acara Mata Najwa membuat Anda berani untuk berpartisipasi politik	3,61	,737
Dengan menonton acara Mata Najwa membuat Anda berani untuk berpartisipasi politik secara konvensional	3,66	,755
Dengan menonton acara Mata Najwa membuat Anda berani untuk berpartisipasi politik secara non-konvensional	3,67	,711

Sumber: Olahan data peneliti (2020)

Data Tabel 6 menunjukkan Mata Najwa menjadi dorongan bagi responden untuk mengikuti isu seputar politik (4,02), selanjutnya Mata Najwa menjadi dorongan bagi responden untuk turut mengawasi kebijakan politik (3,83), Mata Najwa menjadi dorongan bagi responden untuk berani berpartisipasi politik secara non-konvensional (3,67), Mata Najwa menjadi dorongan bagi responden untuk berani berpartisipasi politik secara konvensional (3,61), dan Mata Najwa menjadi dorongan bagi responden untuk berani ikut serta dalam partisipasi politik (3,61).

5. Uji Korelasi

Tabel 7
Uji Korelasi
Correlations

		Tayangan Mata Najwa	Partisipasi Politik
Tayangan Mata Najwa	Pearson Correlation	1	.731**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Partisipasi Politik	Pearson Correlation	.731**	1

Sig. (2-tailed)	.000	
N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Olahan data peneliti (2020)

Dari data tabel 7 tersebut menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0.731 yang berarti korelasi antara variabel X yaitu tayangan Mata Najwa dan variabel Y yaitu partisipasi politik memiliki korelasi yang erat. Untuk melihat signifikansi dalam tabel tersebut dapat menggunakan rumus *Pearson Correlation* dengan uji satu sisi *Sig. (2-tailed)* diperoleh angka 0.000, hal ini menunjukkan adanya hubungan positif dan arah korelasi positif karena angka signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ (*alpha*). Pengaruh Tayangan Mata Najwa Terhadap Meningkatnya Partisipasi Politik Masyarakat berhubungan karena $0.000 < 0.05$ (*alpha*) maka H_0 ditolak yang berarti terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y. Hubungan sebesar 0.731 dinilai erat karena mendekati nilai 1.

6. Uji Analisis Regresi

Tabel 8
Uji Analisis Regresi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.731 ^a	.535	.530		.38208

a. Predictors: (Constant), Tayangan Mata Najwa

Sumber: Olahan data peneliti (2020)

Dari hasil tabel di atas, diketahui bahwa hasil koefisien determinasi pada R square sebesar 0.535. Nilai tersebut kemudian digunakan sebagai koefisien penentu. Rumus yang digunakan dalam menghitung koefisien yakni sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

$$KP = (0.535)^2 \times 100\%$$

$$KP = 53.5\%$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka disimpulkan bahwa diperoleh data sebesar 53.5%. maka pengaruh tayangan Mata Najwa terhadap meningkatnya partisipasi politik masyarakat di wilayah Jabodetabek adalah sebesar 53.5% sedangkan sisanya 46.5% disebabkan oleh factor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pada tabel 4, dijabarkan mengenai hasil uji regresi linear sederhana. Hasil analisis regresi diperoleh dari koefisien untuk variabel X (tayangan Mata Najwa) sebesar 0.508 dengan konstanta 1.870. Maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 1.870 + 0.508X$$

Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

A = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

B = Angka arah atau koefisiensi regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independent.

X = Subjek pada variabel indepen yang mempunyai nilai tertentu.

Hasil uji pengaruh tayangan Mata Najwa terhadap meningkatnya partisipasi politik masyarakat menunjukkan nilai t hitung 10.616 dan p value (Sig) sebesar 0.000 yang di bawah alpha 5%. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif antara tayangan Mata Najwa terhadap meningkatnya partisipasi politik masyarakat di wilayah Jabodetabek.

7. Uji Hipotesis

Tabel 9
Uji Hipotesis

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.452	1	16.452	112.694	.000 ^b
	Ressidual	14.307	98	.146		
	Total	30.758	99			

a. Dependent Variable : Partisipasi Politik
b. Predictors : (Constant), Tayangan Mata Najwa

Sumber: Olahan data peneliti (2020)

Ho = Tidak terdapat pengaruh antara tayangan Mata Najwa terhadap meningkatnya partisipasi politik masyarakat.

Ha = Terdapat pengaruh antara tayangan Mata Najwa terhadap meningkatnya partisipasi politik masyarakat.

Jika Sig > 0.05 maka Ho diterima dan jika Sig < 0.05 maka Ho ditolak. Berdasarkan hasil hitung dengan SPSS, dapat disimpulkan bahwa nilai signfikan 0.000 lebih kecil dari 0.05. Maka dari itu didapatkan hasil Ho ditolak dan Ha diterima. Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh antara variabel X (Tayangan Mata Najwa) terhadap variabel Y (Meningkatnya Partisipasi Politik Masyarakat).

Talk show politik sebagai salah satu pemicu bagi masyarakat dalam berpartisipasi politik didukung oleh penelitian Gautam (2015) yang mendapatkan hasil bahwa masyarakat yang menonton tayangan *talk show* politik memiliki tingkat pengetahuan politik yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menonton, analisis dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa *talk show* politik mampu meningkatkan kesadaran politik dan sosialisasi perihal politik pada masyarakat. Namun, perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagian besar responden pada penelitian tesebut meskipun memiliki tingkat kesadaran politik yang tinggi memilih untuk tidak berpartisipasi dalam proses

politik, hal ini disebabkan oleh rasa ketidakpercayaan responden terhadap pemerintah.

Tayangan Mata Najwa dalam penelitian ini teruji memiliki pengaruh sebesar 53.5% terhadap peningkatan partisipasi politik masyarakat di wilayah Jabodetabek. Fakta ini didukung oleh (Ahmed, 2010) yang mengemukakan dalam penelitiannya bahwa mayoritas masyarakat setuju bahwa kesadaran mengenai politik dapat diciptakan melalui acara *talk show*. Lebih lanjut, Bhatti, Ali, dan Hassan (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa masyarakat yang sering menonton atau mendengarkan *talk show* politik menyatakan setuju apabila *talk show* politik mampu memberikan informasi politik yang kredibel kepada mereka. Secara umum hasil penelitian ini mendukung hipotesis bahwa tayangan Mata Najwa berpengaruh terhadap meningkatnya partisipasi politik masyarakat di wilayah Jabodetabek.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tayangan Mata Najwa yang diuji dengan penampilan, pemahaman pesan, ilustrasi presenter, gaya penyampaian, dan intensitas tayangan secara signifikan memengaruhi tingkat partisipasi politik baik secara konvensional ataupun non-konvensional bagi warga Jabodetabek. Regresi menjelaskan kontribusi tayangan Mata Najwa terhadap meningkatnya partisipasi politik sebesar 53.5% sementara sisanya sebesar 46.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini juga menunjukkan hasil bahwa tayangan Mata Najwa menjadi salah satu sumber bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi yang akurat. Hal ini didukung oleh penelitian Halim dan Jauhari (2017) yang menyatakan bahwa televisi masih menjadi salah satu media utama penyalur informasi politik bagi masyarakat. Temuan lainnya dalam penelitian ini adalah warga Jabodetabek memiliki kecenderungan untuk berpartisipasi politik secara non-konvensional yang diwujudkan dalam bentuk menyampaikan kritikan kepada pemerintah, berdemonstrasi, turut mengawasi kebijakan pemerintah, dan lain-lain. Hal ini dibuktikan dengan nilai $M = 3.67$ pada butir pernyataan “Dengan menonton acara Mata Najwa membuat Anda berani untuk berpartisipasi politik secara non-konvensional” dalam variabel partisipasi politik.

Lebih lanjut, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah diharapkan tayangan Mata Najwa dapat terus meningkatkan kualitas acaranya, baik dalam memberikan informasi seputar politik, terus menajamkan fungsinya sebagai kontrol sosial dalam bidang politik, serta terus menghadirkan narasumber yang mampu memberikan keterangan maupun informasi yang sebenar-benarnya. Adapun bagi insan media untuk terus memperhatikan kualitas tayangan yang diberikan kepada khalayak, karena dalam penelitian ini membuktikan bahwa segala hal yang ditampilkan melalui televisi maupun media lainnya akan memberikan pengaruh bagi khalayak. Untuk penelitian selanjutnya agar mengkaji

Talk Show Politik ‘Mata Najwa’ dan Pengaruhnya terhadap Meningkatnya Partisipasi Politik Masyarakat

lebih dalam mengenai faktor-faktor lain yang dapat memicu partisipasi politik masyarakat guna melengkapi penelitian yang sudah dilakukan.

BIBLIOGRAFI

- Ahmed, Rameez. (2010). Role of news talk shows in creating political efficacy among youth. *Social Sciences Review of Pakistan*, 30, 1–13. [Google Scholar](#)
- AM, Morissan. (2010). Periklanan komunikasi pemasaran terpadu. *Jakarta: Penerbit Kencana*. [Google Scholar](#)
- Bruun, Hanne. (2001). the Television Talk Show. *The Aesthetics of Television*, 2, 229. [Google Scholar](#)
- Cholisin. (2007). *Dasar-dasar ilmu politik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Citra, Ajeng Ningga. (2019). Minat Remaja Menonton Program Talk Show (Studi Deskriptif Kuantitatif Minat Pelajar SMK Utama Menonton Tayangan “Ini Talkshow” Di NET. TV). *VISIONER*, 1(1 April), 69–85. [Google Scholar](#)
- Dhani, A. (2017). *Najwa, Wimar, J.S. Badudu: Talkshow yang berhenti Tiba-Tiba*.
- Fatmawati, Fatmawati. (2020). *Pengaruh Intensitas Menonton Program Siaran Mata Najwa terhadap Pengembangan Wawasan Mahasiswa Ilmu Politik UIN Alauddin Makassar*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. [Google Scholar](#)
- Hayat, N., Juliana, A. W., & UMBER, S. (2015). Role of Political Talk Shows in Creating Political Awareness among Pakistani Youth: A Case Study of General Elections 2013. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 23(2). [Google Scholar](#)
- Huntington, S. P., dan Nelson, J. M. (1997). *No easy choice: political participation in developing countries*. Cambridge: Harvard University Press.
- Hutasoit, Kennorton, & Gusfa, Henni. (2020). The effect of television media on beginner voters’ political participation. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(3), 583–596. [Google Scholar](#)
- Lauerbach, Gerda. (2007). Argumentation in political talk show interviews. *Journal of Pragmatics*, 39(8), 1388–1419. [Google Scholar](#)
- Livingstone, Sonia, & Lunt, Peter. (1994). *The mass media, democracy and the public sphere*. [Google Scholar](#)
- Noble, Clyde E. (1966). SOR and the psychology of human learning. *Psychological Reports*, 18(3), 923–943. [Google Scholar](#)
- Pausch, Markus. (2012). What is political participation good for? Theoretical debate and empirical data from Austria. *Retrieved November, 14, 2015*. [Google Scholar](#)
- Prawita, Anindya, & Utomo, Asep Purwo Yudi. (2020). Analysis of Directive Speech Acts in Mata Najwa Youtube Channel Because of Corona: Why Indonesia Is Not

Talk Show Politik ‘Mata Najwa’ dan Pengaruhnya terhadap Meningkatnya Partisipasi Politik Masyarakat

Like Singapore. *AKSIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(1), 101–110. [Google Scholar](#)

- Purbolaksono, A. (2019). *Meningkatnya partisipasi pemilih dalam pemilu 2019*.
- Roth, F.L., dan Wilson, D. F. (1980). *The comparative study of politics*. US: Prentice Hall.
- Ruvianto, Alit Widi, Rustono, Rustono, & Sulistyanningrum, Septina. (2017). Tuturan ilokusi pada Acara Mata Najwa di Metro Tv. *Jurnal Sastra Indonesia*, 6(3), 1–6. [Google Scholar](#)
- Statistik, Badan Pusat. (2019). *Indeks demokrasi Indonesia (idi) menurut aspek dan provinsi 2017-2019*.
- Suherlan, Ryan, & Zakiah, Kiki. (2021). Pemaknaan Penonton Mengenai Stigmatisasi Dalam Video Mata Najwa Setop Stigma Corona. *Prosiding Jurnalistik*, 7(1), 21–26. [Google Scholar](#)
- Timberg, Bernard M., & Erler, Bob. (2002). *Television talk: A history of the TV talk show*. University of Texas Press. [Google Scholar](#)
- Tupani, D. (2020). *Nielsen: covid-19 tingkatan jumlah penonton televisi*.
- Zaheer, Lubna. (2016). Effects of watching political talk shows on political efficacy and political participation. *Journal of Political Studies*, 23(2), 357. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Amelia Resti Wijayanti, Rendro Dhani (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

