

MELEK MEDIA KHALAYAK PADA TAYANGAN TALKSHOW DI TELEVISI (Studi Kasus Tayangan Talk Show Indonesia Lawyers Club di TvOne)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji media literacy khalayak penonton talk show Indonesia Lawyers Club di televisi guna memahami pembelajaran hukum bagi pemirsa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman informan yang menonton beberapa kali tayangan tersebut memberikan kesempatan kepada mereka untuk mempelajari dan mencermati tayangan tersebut. Hal ini memberikan indikasi bahwa tingkat terpaan terhadap sebuah acara memiliki hubungan dengan media literacy khalayak.

Kata kunci: media literacy, talkshow.

Siti Masitoh

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Gunadarma
Siti_masitoh@staff.gunadarma.ac.id

PENDAHULUAN

Persaingan ketat antarstasiun televisi dewasa ini tidak terhindarkan sehingga memaksa stasiun televisi untuk kreatif dalam menyajikan program acara yang segar dan menarik bagi para pemirsanya. Setiap stasiun televisi berusaha memberikan gebrakan baru dengan konsep baru, tema baru, dan tokoh baru, dengan harapan merebut penonton dan meraih rating tinggi.

Berbagai acara televisi digolongkan ke dalam jenis film, komedi situasi, kartun anak-anak, musik/hiburan, olah raga, program pendidikan/informasi, berita, talk show, agama, game shows/kuis, dan reality show. Format buletin berita sangat populer di radio-radio siaran luar negeri, antara lain, BBC, radio Australia, dan Suara Amerika. Dari rangkaian berita aktual yang disiarkan melalui buletin berita biasanya stasiun televisi kemudian membuat program khusus yang disebut talk show yang pada dasarnya merupakan kombinasi antara "seni berbicara" dan "seni wawancara". (Masduki, 2004: 79).

Dari sejumlah program talk show yang ditayangkan stasiun televisi swasta di Indonesia saat ini, acara talk show Indonesia Lawyers Club (ILC) mengundang tanggapan dari berbagai kalangan. Di forum-forum diskusi di weblog, penulis menemukan opini yang mengkritisi acara Indonesia Lawyers Club, antara lain: "Boikot TV One dan Antv", "PSSI Tolak Undang-undang Indonesia Lawyers Club", "Omong asal jeplak di Indonesia Lawyers Club", dan "Debat tidak mendidik dalam acara Indonesia Lawyers Club".

Pada 6 Maret 2012 stasiun televisi itu menayangkan dialog antara pembawa acara Karni Ilyas dengan mantan Ketua Umum PSSI Nurdin Halid tentang kondisi sepakbolaan Indonesia. Dalam dialog itu, pembawa acara mengambil contoh kondisi suporter Indonesia dengan menyebut "Kalau boneknya pulang kampung, menghancurkan setiap stasiun, pedagang, merampok makanan". KPI Pusat menyimpulkan pendapat pribadi pembawa acara tersebut dapat menimbulkan efek negatif, khususnya bagi suporter Persebaya.

Dari segi isi, beberapa pihak menilai bahwa penayangan ILC setiap Selasa

pukul 19.30 dan Minggu jam 19.00, tidak ubahnya menjadi tempat orang bebas ngomong asal mangap. Acara ILC yang ditayangkan Selasa tanggal 13 Maret 2012 mengangkat tema pernyataan Anas Urbaningrum bahwa "Dirinya siap digantung di Monas jika terbukti korupsi". Di situ seharusnya para pengacara dapat memberikan solusi atau pencerahan serta pembelajaran hukum kepada masyarakat untuk penegakkan keadilan di negeri ini dan bukan justru menjadi ajang debat kusir urusan pribadi dan saling menghina.

Bertolak dari keprihatinan atas dampak negatif televisi dan media massa lainnya, pada tahun 1980-an sejumlah aktivis media yang sebagian besar dulunya adalah periset dan praktisi media, melahirkan gagasan media literacy. Pada awalnya media literacy dikonsepsikan sebagai keterampilan untuk memahami sifat komunikasi, khususnya yang berhubungan dengan telekomunikasi dan media massa. Memahami media literacy khalayak menjadi hal yang penting bagi kajian media dan industri media massa dalam memahami khalayaknya.

Seiring dengan perubahan revolusioner di bidang komunikasi sejak setengah abad terakhir, media literacy telah menjadi sama pentingnya dengan kemampuan membaca teks tertulis. Sejak tahun 1970-an di Amerika Serikat muncul kelompok-kelompok yang mengadvokasi media literacy seperti Center for Media Education, Center for Media Literacy, National Media Citizenship Project, dan Children's Media Policy Network. Konferensi-konferensi nasional di Amerika Serikat seperti Media Education Conference dan Media Literacy Citizenship Project Conference telah mempertemukan para pendidik, profesional media, dan warga yang peduli untuk memajukan serta mendukung media literacy.

Di Indonesia, pendidikan media literacy masih sebatas diperbincangkan dalam artikel-artikel di media, ruang kuliah, dan seminar-seminar. Advokasi untuk mencegah dampak buruk tayangan televisi khususnya anak-anak sejauh ini masih dibebankan pada orang tua, yang diharapkan dapat mendampingi, membimbing dan bahkan membatasi anak-anaknya dalam menonton televisi. Sedangkan pada khalayak remaja dan

dewasa, kemampuan berfikir secara kritis diasumsikan tumbuh dengan sendirinya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji media literacy khalayak penonton tayangan talk show Indonesia Lawyers Club (ILC) di televisi guna memahami pembelajaran hukum bagi pemirsanya. Secara teoretis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan data ilmiah dan pemahaman terhadap konsep media literacy khalayak penonton tayangan talk show di Indonesia, serta memberikan kontribusi yang lebih luas bagi perkembangan ilmu komunikasi. Secara praktis, hasil studi ini dapat digunakan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam produksi acara talk show televisi (konseptor, produser, pengarah acara, penanggung jawab acara, tim kreatif, tim produksi serta tim pasca produksi) sebagai bahan untuk mengevaluasi penyajian acara talk show sehingga tidak menimbulkan kontroversi atau dampak negatif.

Studi ini mengacu pada teori media literacy James Potter. Menurut Potter kemampuan message-focused dalam media literacy mengandung tujuh hal, yaitu: analysis, evaluation, grouping, induction, deduction, synthesis, dan abstracting. National Leadership Conference on Media Education tahun 1992 mendefinisikan media literacy sebagai "kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan-pesan secara luas dalam berbagai bentuk".

Jika kedua definisi itu digabung, maka didapat pengertian bahwa media literacy membutuhkan kemampuan untuk mengakses, menganalisis, membandingkan/mengkontraskan, mengevaluasi dan melakukan abstraksi pesan. (diasumsikan abstraksi yang dimaksud Potter sama dengan mengkomunikasikan pesan-pesan secara luas dalam berbagai bentuk).

Ada kontroversi mengenai seberapa aktif khalayak media pada umumnya dan arti dari aktivitas. Biocca (1988a) mengemukakan lima versi khalayak aktif, yakni selektivitas, utilitarianisme, memiliki tujuan, kebal terhadap pengaruh, dan keterlibatan. Khalayak aktif dianggap selektif dalam proses konsumsi media yang dipilih. Semakin banyak pilihan dan diskriminasi dalam

hubungan dengan media serta konten media, terbukti dalam perencanaan penggunaan media dan pola pemilihan yang konsisten. Proses seleksi membantu seseorang untuk memilih informasi, diingat dan diinterpretasikan menurut tabiat dan apa yang dianggapnya penting.

Proses selektif terdiri dari penerimaan informasi selektif, ingatan selektif, dan persepsi selektif. Penerimaan informasi selektif (*selective exposure* atau *selective attention*) merupakan proses di mana orang menerima hanya informasi yang sesuai dengan sikap atau kepercayaan yang dimiliki. Orang cenderung memilih stasiun televisi dan program acara yang dipercayainya atau diyakininya. Ingatan selektif (*selective retention*) mengasumsikan orang tidak mudah lupa pesan-pesan yang sesuai dengan sikap atau kepercayaannya. Selanjutnya orang akan memberikan interpretasi terhadap setiap pesan sesuai dengan sikap dan kepercayaannya. (Morissan, 2010: h. 71)

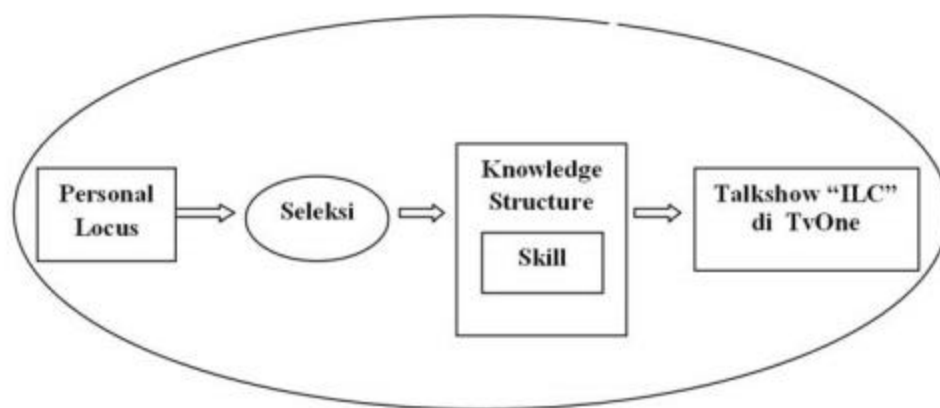
Pada utilitarianisme, khalayak merupakan 'perwujudan dari konsumen yang memiliki kepentingan pribadi'. Konsumsi media melambangkan kepuasan dari kebutuhan yang kurang lebih disadari, misalnya yang dinyatakan oleh pendekatan 'uses and gratification'. Selanjutnya khalayak aktif terlibat dalam pengolahan kognitif atas informasi yang datang dan pengalaman. Hal ini sering disiratkan oleh berbagai bentuk langganan media.

Kebal terhadap pengaruh mengikuti alur konsep 'khalayak yang keras kepala' (Bauer, 1964). Konsep aktivitas ini menekankan batasan yang diatur oleh anggota khalayak untuk tidak menginginkan adanya pengaruh atau pembelajaran. Pembaca, penonton, atau pendengar tetap 'memegang kendali' dan tidak terpengaruh, selain yang ditentukan oleh pilihan pribadi. Selanjutnya, semakin orang terlibat dan terjebak dalam pengalaman media yang terus-menerus. Ini disebut 'rangsangan afektif'. Keterlibatan juga dapat diindikasikan misalnya oleh tindakan 'memberikan bantahan' kepada televisi. (McQuail, 2011: h.164).

Khalayak yang lebih terdidik (*educated people*) cenderung menjadi bagian dari khalayak aktif, karena bisa memilih media yang dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan mereka dibanding khalayak yang tidak terdidik. Berdasarkan pendekatan khalayak aktif ini, dapat diasumsikan bahwa ketika khalayak menonton *talk show*, mereka tidak hanya sekedar menonton untuk hiburan, melainkan juga terlibat dalam aktivitas menilai sikap dan perilaku orang yang tampil dalam program *talk show* tersebut, dan menilai ide serta praktik produser program tersebut. Agar dapat aktif memberikan penilaian terhadap (pesan) media, tentu saja khalayak harus memiliki kemampuan *media literacy*. Berdasarkan uraian di atas, disusun kerangka pemikiran sebagai berikut:

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengkaji



pemahaman literasi media khalayak yang menonton tayangan *talk show* "Indonesia Lawyers Club". Dalam penelitian kualitatif si peneliti memahami secara mendalam (*verstehen*) yakni mempertanyakan makna suatu objek. Penelitian kualitatif adalah *natural inquiry* karena konteksnya yang natural, bukan artifisial, dan *interpretative inquiry* karena banyak melibatkan faktor-faktor subyektif baik dari informan, subjek penelitian, atau peneliti itu sendiri (Irawan, 2007; h.4)

Karena bersifat deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya. (Moleong, 2004; h.11)

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Studi kasus ini mempelajari pertanyaan penelitian tentang "bagaimana" atau "mengapa". Menurut Yin (2004), studi kasus adalah penelitian empiris yang mengkaji fenomena di dalam konteks kehidupan yang nyata di mana batas-batas antara fenomena dan konteks yang dipelajari tidak tampak jelas dan bersifat multi sumber, sehingga diperlukan suatu bukti. Penulis memilih metode studi kasus ingin mengetahui kemampuan melek media khalayak terhadap acara *talk show* Indonesia Lawyers Club.

Pemilihan informan dilakukan secara sengaja, yaitu 4 informan berlatar belakang pendidikan hukum dan seorang mahasiswa jurusan sistem informatika, yang sering menonton tayangan ILC, pria atau wanita, usia tidak dibatasi. Penulis menganggap keempat informan itu paham akan hukum, sedangkan seorang mahasiswa jurusan sistem informatika dipilih untuk membandingkan pemahaman hukumnya dengan keempat informan berlatar belakang hukum tersebut. Kategori "sering menonton" adalah minimal 6 kali dalam satu tahun terakhir, sehingga informan dapat menilai dan membandingkan penyajian *talkshow* setiap episode. Ketika studi ini dilakukan, *talkshow* ILC ditayangkan setiap hari Selasa dan Minggu. Episode dan waktu penayangannya tak dibatasi.

Analisis data dalam studi ini adalah analisis tematik. Hasil temuan lapangan diproses berdasarkan tema-tema yang sesuai dengan kerangka pemikiran. Dalam melakukan proses analisis data tematik penulis melakukan telaah data dari berbagai sumber, reduksi data, menyusun data dalam tipologi satuan-satuan, menyusun satuan, koding, dan menemukan pola/tema (Moleong 2008: 91-93).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Khalayak aktif dianggap selektif dalam proses memilih konsumsi media, dengan alasan dan tujuan tertentu. Informan 1 dan 2 memiliki selektivitas yang tinggi dalam penerimaan informasi selektif (*selective exposure* atau *selective attention*), karena mereka menyeleksi acara/informasi sesuai dengan kepercayaan yang dimiliki. Berdasarkan pendekatan khalayak aktif, dapat diasumsikan bahwa ketika informan 1 dan 2 menonton *talk show* mereka tidak hanya sekedar menonton untuk hiburan, melainkan juga terlibat dalam aktivitas menilai sikap dan perilaku orang yang tampil dalam *talk show*, dan menilai ide serta praktek produsernya. Motif memilih media atau penggunaan media bagi informan 1 adalah sebagai "identitas pribadi" seperti apa yang dikatakan McQuail, sedangkan bagi informan 2 motif memilih media atau penggunaan media adalah sebagai "informasi"

Untuk dapat aktif melakukan penilaian terhadap (pesan yang disampaikan) media, tentu saja khalayak harus memiliki kemampuan *media literacy*.

Yang paling menarik adalah informan 3 yang tidak memiliki selektivitas dalam penerimaan informasi, karena pada saat menonton TV (= menerima informasi) dia tidak konsisten dan fokus menonton. Boleh dikatakan bahwa informan 3 ini merupakan khalayak yang tidak aktif, karena dia menerima semua informasi yang disajikan media, didasarkan pada motif "informasi" dan "kegunaan sosial". Motif informan 4 dalam memilih media dan menggunakan media adalah "informasi" sedangkan motif informan 5 adalah diversifikasi (*diversion*) dan pengamatan (*congnition*.)

Pemahaman terhadap talkshow

Program *talk show* menurut Darmanto (1998: 100) adalah perbincangan dengan tukar menukar pendapat, di mana pemimpin acara dapat mengatur dan berperan aktif tanpa mengambil kesimpulan. Terkadang acaranya diselingi hiburan oleh peserta atau pemimpin acara itu sendiri.

Masduki Masduki (2004: 79) mendefinisikan *talk show* sebagai kombinasi antara seni berbicara dengan seni wawancara. Menurut Morissan (2008: 222) *talk show* adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman

langsung dengan peristiwa atau topic, atau ahli dalam masalah yang dibahas.

Dari ketiga pendapat di atas peneliti menyimpulkan bahwa *talkshow* adalah suatu program di televisi yang berisikan diskusi atau perbincangan berbagai hal antara seseorang atau sekelompok orang sebagai tamu atau narasumber untuk berbagi pengalaman atau pengetahuan, dipandu oleh moderator dan kadangkala diselingi hiburan.

Berdasarkan hasil penemuan di lapangan, acara *talk show* ILC merupakan tempat berkumpulnya para pengacara untuk mendiskusikan masalah politik dan hukum yang sedang terjadi di Indonesia. Tamu yang hadir adalah narasumber yang dianggap berpengalaman (*kredibel*) dalam topik yang dibahas. Tetapi di dalam *talkshow* ini khalayak tidak diberi kesempatan untuk bertanya lewat telpon. Biasanya ada mahasiswa yang diundang untuk memberikan pendapat.

Informan 2, 3, 4 hampir dapat menyebutkan definisi atau elemen-elemen dari *talk show*. Artinya, semua informan faham tentang apa itu *talk show*. Khalayak dianggap sudah memiliki keahlian *deduction* dalam *media literacy*, karena mereka bisa menyebutkan prinsip-prinsip umum untuk menjelaskan yang khusus. Informan 1 dan 5 tidak dapat menyebutkan elemen-elemen *talk show*, berarti keduanya tidak memiliki keahlian *deduction* dalam *media literacy*.

Media literacy khalayak dalam ILC

James Potter dalam *Media Literacy* (2008: 9) menegaskan secara garis besar *media literacy* adalah tentang kontrol. Menjadi melek media memberikan kita cara pandang yang lebih jernih untuk melihat batasan antara dunia nyata dengan dunia yang dibentuk media.

Tiga bangunan utama *media literacy* menurut Potter (*ibid*, 12) adalah *personal locus*, *knowledge structure*, dan *analysis*. *Personal locus* terdiri dari tujuan-tujuan dan dorongan-dorongan (motivasi). Dalam pemrosesan informasi, 'tujuan' ini menentukan informasi mana yang masuk saringan dan mana yang dibuang. Dari hasil wawancara, hampir semua informan memiliki tujuan dan dorongan. Semakin sadar seseorang akan tujuannya, dia semakin dapat mengarahkan pencarian informasi ke arah yang tepat. Semakin kuat dorongan akan informasi, semakin besar usaha orang itu untuk meraih tujuan.

Tujuan dan alasan informan menonton *talk show* ILC pada umumnya adalah menambah pengetahuan dan wawasan mengenai hukum. Artinya, *personal locus* para informan sudah tercapai karena mereka sadar akan tujuan dan dorongan untuk menonton ILC.

Knowledge structure adalah perangkat informasi yang terorganisasi dalam memori seseorang. Untuk mengetahui *knowledge structure* khalayak, penulis menggali pengetahuan khalayak akan tahap-tahap produksi *talk show* ILC, episode yang paling disukai dan tidak disukai beserta alasannya. Dari wawancara berdasarkan *knowledge*

structure, informan dapat menjelaskan *what*, *how*, dan *why* informasi, yakni *talk show* ILC. Berarti, informasi yang terorganisasi dalam benak dan pikiran informan 2 sudah terbentuk.

Yang paling menarik adalah informan 4 yang tidak tahu atau tidak mau menyebutkan episode mana paling disukai atau tidak disukai. Artinya dia mempunyai *literacy* yang rendah karena tidak bisa menjawab *what*, dan sebab itu peneliti berpendapat tidak perlu menanyakan tentang *how* dan *why*. *Knowledge structure* tidak terbentuk secara spontan, tapi dibutuhkan keahlian (*skill*) untuk menggali fakta-fakta, yang kemudian diubah menjadi informasi, dan selanjutnya disusun dalam *knowledge structure*. Keahlian yang dibutuhkan dalam *media literacy* adalah *analysis*, *evaluation*, *grouping*, *induction*, *deduction*, *synthesis* dan *abstracting*.

Ketujuh keahlian ini bukan keahlian khusus *media literacy*, melainkan yang secara umum dipergunakan dalam menjalani berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini penulis hanya membahas 4 keahlian, yaitu *analysis*, *evaluation*, *grouping*, dan *abstracting* karena ketiga keahlian lain sudah terwakili.

Analisis

Analisis merujuk pada kegiatan membagi pesan menjadi beberapa elemen yang bermakna. Hampir semua informan dapat menjelaskan beberapa elemen dari *talk show* ILC. Dalam menganalisis ILC, peneliti bertanya: Sebutkan unsur-unsur tayangan *talk show* ILC! Apa benang merah/inti dari topik yang dibicarakan dalam ILC? Apakah anda mengerti proses produksi ILC? Jika ya, mohon ceritakan seperti apa proses produksi acara tersebut? Peralatan apa saja yang Anda tahu diperlukan untuk memproduksi acara ILC?

● Unsur-unsur tayangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir semua informan memiliki kesadaran (*awareness*) terhadap keberadaan unsur/elemen pengacara dalam tayangan ILC.

● Benang merah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan 1, 4, 5, faham tentang benang merah dari topik yang dibahas dalam ILC, yaitu tentang permasalahan politik dan hukum. Informan 2 dan 3 tidak menyebutkan apa benang merahnya, artinya keahlian mereka dalam menganalisis tayangan ILC rendah.

● Produksi tayangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata semua informan tidak pernah mengetahui secara pasti atau melihat langsung proses produksi acara ILC. Artinya, analisis terhadap proses produksi khalayak rendah. Hanya informan 2 yang mengerti sedikit tentang proses produksi ILC, artinya dia mempunyai pemahaman analisis tentang produksi tayangan ILC.

● Peralatan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan 2 dan 3 mengetahui perangkat syuting yang standar, yaitu kamera dan mikrofon. Artinya, kedua informan ini mempunyai analisis yang baik terhadap peralatan yang dipakai dalam proses produksi *talk show*. Informan 1 dan 4 hanya mengetahui perangkat syuting standar yaitu kamera. Sedangkan informan 5 tidak menyebutkan sama sekali perangkat syuting yang digunakan. Artinya, keahlian analisisnya terhadap peralatan produksi sangat rendah.

Evaluation

Evaluasi adalah menilai suatu elemen dengan membandingkannya dengan kriteria-kriteria tertentu. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, jawaban informan 2 yang paling menarik, karena dia bisa menyebutkan alasan penayangan *talkshow* ILC dan elemen mana saja yang menjadi alasannya. Artinya evaluasi informan ini sangat baik.

Peneliti meminta konfirmasi dari produser ILC terhadap pernyataan informan 2 tersebut. Jawaban yang diberikan adalah:

"Kita tidak akan tahu apa yang akan mereka katakan, cuma narasumber dan tuhan saja yang tahu apa yang akan mereka katakan, walaupun sebenarnya pak karni sudah bilang jangan ngomong ini jangan ngomong itu..la toh itu sudah terjadi..paling kita bisa meng-cutnya dengan commercial break".

Informan 5 menyatakan bahwa solusi yang diberikan pada tayangan *talkshow* ILC tidak ada. Hal senada dikatakan oleh produser *talkshow* sebagai berikut:

Sebenarnya fungsi media adalah cover both side, di sini masyarakat harus faham bahwa media itu bukan memberikan solusi, karena yang ada di pikiran mereka kami harus memberikan solusi, memang tidak ada solusi disitu (acara talkshow ILC).

Pernyataan produser, bahwa ILC memang tidak memberikan solusi, berarti bahwa informan 5 mempunyai keahlian dalam mengevaluasi. Informan 1, 3 dan 4 tidak bisa menjelaskan alasan dan elemen-elemen mana yang mendukung alasannya. Artinya, keahlian mereka dalam mengevaluasi informasi sangat rendah.

Grouping

Grouping menyangkut keahlian mengelompokkan elemen-elemen pesan yang memiliki karakteristik yang sama dan membandingkan elemen-elemen pesan dari kelompok satu dengan kelompok yang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir semua informan memberikan pernyataan bahwa tidak ada format *talk show* yang sama dengan tayangan ILC, kecuali informan 5 yang tidak menjawab. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan produser Andri Bima: "Menurut pengamatan saya selama memegang *talkshow*, tidak ada program yang sama seperti ILC."

Tabel 1.
Perbedaan format ILC dengan talk show lain

Informan#	Perbedaan format talkshow ILC dengan talkshow lain
Informan 1	- Narasumbernya banyak - Pengacaranya banyak - Pembawa acaranya pinter
Informan 2	- Diskusinya sengaja diadu - Tidak mencari solusi - Tempatnya berbeda - Narasumbernya banyak
Informan 3	- Narasumbernya banyak - Tidak ada pertanyaan lewat telepon
Informan 4	- Narasumbernya banyak - Durasi waktunya lama
Informan 5	- Membahas masalah hukum dan politik

Hanya informan 5 yang tidak bisa mengelompokkan elemen-elemen pesan dari kelompok satu dengan kelompok yang lain. Artinya, keahliannya terhadap pengelompokkan (*grouping*) sangat rendah.

Abstracting

Abstraksi adalah kemampuan untuk membuat deskripsi yang ringkas, jelas dan akurat tentang pesan yang telah dievaluasi. Abstraksi juga mencakup pembentukan ide kembali dalam bentuk pesan yang baru.

Abstraksi yang diberikan informan 4 sangat bagus. Artinya, deskripsinya jelas, singkat dan akurat dan membentuk pesan yang baru. Ia berkata: "ILC itu acara yang membahas mengenai permasalahan yang lagi hangat dan banyak dibicarakan orang yang dibahas dari berbagai sudut pandang."

Abstraksi yang diberikan informan, kecuali informan 1 yang menyatakan bahwa *talk show* ILC itu berantem-beran-tem terus, dan kalau ada suatu topik jangan ditutup-tutupi. Berikut adalah konfirmasi yang diberikan produser *talk show* Andri Bima.

"Nah ini sebenarnya dipadukan dengan fungsi dari media. Fungsi media adalah memang bukan memberi solusi sebenarnya tapi memberikan ruang yang sama kepada pro dan kontra ini, ketika kedua pro dan kontra ini dipertemukan dalam satu tempat pasti ada dua pendapat, dua pendapat ini memang sebenarnya harus ditentukan oleh penonton sendiri yang menonton kira-kira ada dua pendapat ini mana yang menurut mereka benar. Dulu tvone tahun 2008 punya slogan "kami mengabarkan anda menentukan". Sebenarnya fungsi media adalah "cover both side", dan tidak mungkin ketika ada kasus pro dan kontra A dan B kami hanya mengundang A saja dan nanti B-nya tidak, nantinya kami dapat teguran KPI. Akhirnya kami berusaha menghadirkan pro dan kontra. Tapi kadang dalam suatu tema ada satu narasumber yang tidak datang itu sudah biasa."

Setelah informan mampu memberikan abstraksi, peneliti meminta informan menangkap adanya nilai positif dan negatif dari ILC. Hampir semua informan dapat memberikan intisari nilai positif dari ILC. Hanya Hilman, informan 2 yang terkesan tidak terlalu merasa penting untuk mencari apa nilai positif yang terkandung dari ILC. Hal ini dapat dimengerti karena tujuan dia menonton

acara ini hanya sebagai hiburan dan dia bisa mengambil kesimpulan sendiri dari acara tersebut, mana yang sekiranya baik menurutnya akan diambil, begitu juga sebaliknya. Mengacu pada teori Potter, bahwa *personal locus* informan 2 sudah bagus, karena dia bisa menyeleksi mana informasi yang harus masuk dalam saringan dan informasi mana yang harus dibuang.

Selanjutnya penulis bertanya mengenai nilai negatif dari *talk show*. Hasil penelitian menemukan bahwa, informan 2 terlihat memberikan alasan nilai negatif yang didapat kalau khalayak tidak mempunyai *media literacy*. Hal tersebut dapat dikonfirmasi oleh produser ILC. Pernyataan produser ILC merupakan konfirmasi dari pertanyaan dampak negatif yang didapat apabila khalayak menonton *talkshow* tersebut. *Sebenarnya peran media adalah hanya sebagai cover both side, jadi khalayak harus paham bahwa media itu bukan memberikan solusi, karena yang ada di pikiran khalayak media (acara talkshow ILC) harus memberikan solusi, memang tidak ada solusi disitu (di acara "ILC").*

Informan 4 dan 5 menyatakan bahwa ILC tidak memiliki unsur negative, semuanya positif. Artinya, keahlian abstraksi informan dalam hal menilai positif dan negatifnya suatu acara sangat lemah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Sebagian besar informan mengonsumsi media televisi antara 3-6 jam setiap hari, dengan tujuan mencari hiburan dan informasi. Acara *talk show* disukai kelima informan, dan mereka menggemari 6 varian acara *talkshow*. Selain televisi, mereka juga mengonsumsi koran dan internet.
- Tidak semua informan faham dengan definisi *talk show*. Hanya informan 2, 3 dan 4 bisa memberikan elemen-elemen dari definisi *talkshow* yang mendekati definisi para pakar. Elemen tersebut di antaranya mengundang orang yang berkompeten (berpengalaman), membahas suatu topik, dan ada narasumbernya.
- Hampir semua informan memiliki tujuan dan dorongan (motivasi) terhadap acara ILC. Rata-rata kelima informan lupa judul dari episode yang disukai dan yang tidak disukai. Hanya

informan 3 yang dapat menyebutkan tahap-tahap/pola dari acara ILC sejak awal sampai akhir.


- Hampir semua informan memiliki kemampuan analisis, evaluasi, *grouping* dan abstraksi terhadap tayangan ILC, baik informan berlatar belakang pendidikan sarjana hukum maupun bukan. Tidak terlihat adanya perbedaan, namun dilihat dari sisi profesi dan pekerjaan, informan 2 yang kegiatannya sebagai mahasiswa memiliki kemampuan yang lebih komprehensif dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan. Meski tidak terlalu berbeda secara signifikan, dapat dikatakan informan 2 memiliki daya analisis, evaluasi, *grouping* dan abstraksi yang lebih baik dibandingkan dengan empat informan lain.
- Temuan yang menjadi benang merah dari penelitian ini adalah bahwa kemampuan *media literacy* yang baik tidak mengubah perilaku menonton para informan. Buktinya, meski mereka memahami bahwa ILC mengundang kontroversi apalagi ditemukan sikap-sikap yang tidak baik menurut norma dan etika dari para pengacara, namun mereka masih menonton tayangan ILC dengan berbagai alasan. Jika merujuk pada tujuan *media literacy* yakni sebagai senjata pengontrol untuk menyeleksi tayangan televisi yang baik dan yang tidak baik, hal ini tidak terlihat dalam penelitian ini.

Saran

- Untuk meningkatkan pemahaman mengenai *media literacy* khalayak terhadap program *talkshow*, cakupan kajian fenomena *talkshow* bisa diperluas dengan pendekatan kuantitatif dalam penelitian selanjutnya. Dengan mengambil jumlah sampel yang lebih luas, dapat diperoleh temuan-temuan yang lebih signifikan dan variatif.
- Berdasarkan temuan penelitian ini, banyak hal lain yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, seperti mencari hubungan antara latar belakang pendidikan atau pekerjaan dengan *media literacy*; atau juga mencari hubungan antara *media literacy* dengan pola perilaku menonton.

DAFTAR PUSTAKA

- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Graha ilmu: Yogyakarta.
- Hoeta, Soehoet, A.M. 2002. *Manajemen Media Massa*. Yayasan Kampus Tercinta: Jakarta.
- Jahi, A. 1988. *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga, Suatu pengantar*. Gramedia: Jakarta
- Masduki. 2004 *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter dan Peyiaran*. LKIS: Yogyakarta.



McQuail, Denis. 2011. *Mass Communications Theory: An Introduction*, Sage Publication: California.

Moleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya: Bandung

Morissan. 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.

Potter, W. James. 2008. *Media literacy (4th Ed)*. Sage Publications: California.

Rakhmat, Jalaludin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya: Bandung.