

TALK SHOW ISU PUBLIK DI TELEVISI DAN DINAMIKA DEMOKRASI**Udi Rusadi**

Peneliti Madya pada Puslitbang Literasi dan Profesi Badan Litbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika, Jln. Merdeka Barat No. 9, Jakarta Pusat
(Naskah diterima melalui email pada 30 Mei 2012, disetujui terbit 18 Juni 2012)

ABSTRACT

This article describes the audience responses to the role of television talk show participants and their implications for the dynamics of democracy. The article is written based on a audience survey to the talk show Apa khabar Indonesia Malam in TVone. Survey is conducted in the city of Banjarmasin, South Kalimantan. The research findings show, guest often emphasizing self-interest and group and often to give emotional statement. Host has demonstrated its role as a moderator as well as provocateur, trying to dig up and develop the conflict as a commodity of media content. Under these conditions confirmed the view that the public sphere as a pillar of democratic played hard by mass media.

Key words : *talk show; democraton; respons; public sphere.*

ABSTRAK

Artikel ini menggambarkan tanggapan khalayak terhadap peran partisipan *talk show* televisi dan implikasinya terhadap dinamika demokrasi. Tulisan didasarkan pada hasil survey tanggapan penonton terhadap *talk show* Apa khabar Indonesia Malam di TVone. Lokasi survey di wilayah kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Temuan penelitian menunjukkan, nara sumber *talk show* direspon penonton sering menonjolkan kepentingan diri dan kelompoknya serta pernyataannya sering emosional. *Host* telah menunjukkan peranannya sebagai moderator sekaligus provokator, berusaha menggali konflik sebagai komoditas isi media. Kondisi tersebut mengukuhkan pandangan bahwa *public sphere* sebagai pilar demokrasi sulit diperankan media massa.

Kata-kata kunci : *talk show; demokrasi; tanggapan; public sphere.*

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Demokrasi di Indonesia dewasa ini semakin dinamis karena kompetisi antar partai dan elitnya mendapat ruang publik, yaitu media massa, yang bebas dalam mengekspresikan dirinya baik untuk membangun dan memelihara citra ataupun untuk mengembangkan pengaruhnya. Kondisi ini diperkuat dengan adanya kompetisi antar media yang semakin kuat untuk mengembangkan eksistensi media melalui upaya memperoleh akses khalayak dan iklan lebih banyak. Dalam kerangka analisis ekonomi politik (Mosco 2009) media mengembangkan isinya sebagai komoditas yang tidak saja diharapkan memperoleh nilai guna bagi masyarakat sebagaimana pandangan fungsionalisme tetapi juga agar bisa ditransaksikan dan mendatangkan nilai tambah ekonomi.

Pertumbuhan demokrasi membutuhkan ruang public (*public sphere*), sebagaimana dikemukakan oleh Habermas, yaitu ruang tempat berbicara secara terbuka yang bisa melakukan pertukaran pendapat dan argumentasi yang bisa diperankan media massa. Namun demikian Habermas cenderung melihat adanya dampak negative media massa, karena media massa tidak saja telah menjadi sebuah industri komersial yang akan mengarahkan pertukaran pendapat untuk kepentingan komersial tetapi juga media massa telah menjadi saluran kepentingan-kepentingan tertentu (Thompson 1995).

Dalam konteks kompetisi yang terjadi baik antar partai maupun antar elit politik, posisi media menjalankan peranannya dalam tiga *positioning* yang saling berbeda arahnya. Pertama media sebagai wahana *public sphere* secara fungsional memiliki peran memberikan pencerahan pada publik dan mempromosikan keseimbangan dari berbagai kepentingan. Posisi ini dihadapkan pada posisi media sebagai institusi yang berada pada situasi untuk mengusung kepentingan ideologi, ekonomi dan politik media itu sendiri dan yang ketiga posisi politisi elit politik yang melakukan kompetisi berusaha mengembangkan pernyataan-pernyataan sesuai dengan motif politiknya.

Salah satu program televisi yang sering menjadi arena pertarungan antar elit politik adalah acara *talk show*, yaitu suatu program televisi yang mendiskusikan topik-topik tertentu yang ditetapkan

oleh tuan rumah mengadakan program panel dari tamu yang biasanya memiliki pengalaman yang terkait pada isu yang dibahas. *Talk show* televisi dalam perkembangannya berasal dari dua tradisi yaitu berita (*news*) dan hiburan (*entertainment*). Namun dewasa ini berkembang bentuk *hybrid* yang menggabungkan *news*, *public affair* dan *intertainment* (Xiaomei dan Yue 2008, 81).

Dalam penyelenggaraan *talk show* sebagai tamu yang diundang berusaha memanfaatkan program ini sebagai panggung yang bisa menguntungkan dirinya atau kelompoknya. Selanjutnya isu yang dikembangkan melalui bahasa dan gaya bicara tuan rumah (*host*) yang mewakili media mengendalikan jalannya pembicaraan berdasarkan pertimbangan pasar media dan juga kepentingan tertentu di balik media. Dalam posisi ini tantangannya apakah akan mengedepankan kepentingan publik atau pasar media atau selera masyarakat.

Representasi *positioning* yang paradok tersebut tahap awal akan tercermin dalam penyajian media sebagai sebuah diskursus dan tahap kedua apakah diskursus tersebut ditanggapi oleh penontonnya. Penelitian ini akan memfokuskan pada permasalahan bagaimana penonton televisi menanggapi *positioning* media tersebut. Penelitian akan dilakukan terhadap salah satu program *talk show* di stasiun televisi TVone, yaitu *talk show* Apa Kabar Indonesia Malam dan khalayak yang diteliti ialah khalayak di wilayah kota Banjarmasin Tengah, Kalimantan Selatan.

Fokus penelitian ialah untuk menjawab pertanyaan penelitian : (1). Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap narasumber ? (2). Bagaimana tanggapan terhadap tuan rumah (*host*) ? (3). Bagaimana efek yang terjadi pada khalayak. (4). Bagaimana implikasi tanggapan khalayak tersebut terhadap dinamika demokrasi di Indonesia ?

Landasan Konseptual

Media massa telah menjadi bagian penting dalam proses demokrasi sebuah bangsa, dan dalam pandangan Alger (1989, 245) untuk menghidupkan demokrasi yang berumur panjang harus memiliki elemen komunikasi yang mengembangkan dialog yang sehat dan berkesinambungan. Demokrasi tidak akan sehat jika tanpa adanya dialog dan dengan adanya partisipasi melalui jalur proses komunikasi tersebut maka kehidupan demokrasi akan semakin nyata.

Dalam menjalankan fungsi politik, media memiliki peranan penting yaitu sebagai sumber informasi politik, sumber yang penting dalam proses persuasi dan pengambilan keputusan baik secara langsung dengan memberikan dukungan editorial dan secara tidak langsung menjadi wahana untuk penyampaian pidato kandidat atau partai, *platform* dan iklan politik. Lebih lanjut informasi dan persuasi tersebut akan mengarahkan perilaku dan aktivitas politik (Grossberg 2006, 357). Dalam praktek komunikasi politik, dari perspektif ideologi profesional jurnalisme liberal, posisi jurnalis sebagai pelayan publik bertindak sebagai anjing penjaga (*watchdogs*). Namun karena jurnalis dalam berhubungan dengan sumber informasi berhadapan dengan lembaga *Public Relation* yang bisa mempengaruhi jurnalis, maka hubungan jurnalis dengan sumber informasi bisa melakukan hubungan yang saling menguntungkan atau hubungan yang *symbiosis*. Hubungan *symbiosis* ini diperkuat dengan adanya tekanan komersialisme yang mengendalikan jurnalis untuk memproduksi berita sebagai sebuah tontonan atau *spectacle news* (Louw 2005, 89).

Talk show merupakan sebuah genre program penyiaran yang memfasilitasi adanya dialog atau pembicaraan (*talk*), yang merupakan sebuah cerminan terjadinya proses demokrasi. Tolson (2008) mendefinisikan *talk show* dalam tiga pengertian, pertama pembicaraan (*talk*) yang dimaksud adalah pola interaksi verbal sebagaimana terjadi dalam percakapan (*conversation*) sehari-hari; kedua percakapan dipahami sebagai percakapan yang dilembagakan di mana pembicaraan yang terjadi dipersiapkan dan diatur; ketiga, bentuk percakapan yang dilembagakan ini diproduksi untuk tujuan tertentu dan diarahkan kepada sasaran khalayak tertentu baik khalayak yang kebetulan menonton, atau yang hadir di studio atau khalayak yang tersebar luas. Percakapan sebagai sebuah konsep tidaklah sama dengan percakapan sehari-hari, tetapi merupakan sebuah proses yang ada awal dan akhir, sifatnya timbal balik dengan tujuan melakukan pembicaraan. Percakapan diarahkan oleh aturan yang memiliki struktur sajian yang memiliki koherensi yang logis yang menjadi bagian penting dari teori komunikasi (Littlejohn 2009).

Menurut Bruun (1999) program *talk show* sebagai sebuah genre televisi berbeda dengan genre lainnya. *Talk show* merupakan sebuah peristiwa (*event*) dan sekaligus merupakan tempat *event* tersebut berlangsung. Acara tersebut bukan medium pelaporan yang melaporkan peristiwa di luar media sendiri dan juga tidak memainkan peranan sebagai penyampai. *Talk show* merupakan media yang hadir yang tidak bertanggung jawab terhadap apa yang ditampilkan karena media hanya

menyediakan panggung untuk para tamu berbicara. Dilihat dari aspek perencanaan *talk show* diselenggarakan dalam ruang dan waktu, merupakan program yang dirancang “*now and here*”. Kata *now* yang dimaksud ialah program ini memberikan pengalaman secara simultan saat itu kepada penonton program. Dengan *here*, yang dimaksud ialah memberikan pengalaman yang menyatukan program dengan penontonya. Dengan cara ini, penonton *talk show* dapat merasakan sebagai partisipan dalam program. Program *talk show* merupakan penghubung secara mental antara tempat program diselenggarakan dengan tempat khalayak berada.

Talk show (Haarman 2008, 32) disajikan dalam format yang beranekaragam, namun elemen kuncinya terdiri dari tuan rumah (*host*), tamu khusus atau tamu biasa (*guest*), khalayak di studio (*audience studio*) dan fokus dari pembicaraan. *Host* bertanggungjawab terhadap arus pembicaraan, ia menjadi titik penghubung antar studio televisi dengan khalayak di rumah dan didalam studio. Ia juga menjadi penghubung di antara peserta yang ada di studio, dan antara peserta dengan penonton di dalam dan luar studio. Antara *host* dan anggotanya di studio dan dengan penonton di rumah berusaha mengembangkan perasaan intim dan kekeluargaan. Kedekatan dan kepercayaan antara penonton dengan kepribadian media tersebut disebut oleh Horton dan Whol (1956) sebagai *parasocial*. Tamu (*guest*) merupakan orang yang memiliki nilai berita, kewenangan tertentu, memiliki keterwakilan dari suatu komunitas atau kelompok kompetensi tertentu atau sepenuhnya yang secara hakiki memiliki daya tarik. Tamu yang diundang tersebut disyaratkan yang memiliki pengetahuan khusus yang berkaitan dengan topik yang dibahas di mana komentar-komentar dan konsultasi yang diberikan masuk akal sesuai dengan permasalahan yang dibahas. Agar *talk show* memiliki kekuatan dan kepercayaan maka para tamu harus merupakan figure yang mewakili publik dan bisa mewakili untuk berbicara dalam ruang percakapan yang dilembagakan tersebut.

Penonton di studio, beraneka ragam tergantung type talk show mulai yang dinominasikan sebagai penerima pertanyaan, sesekali menerima sampai kepada yang peserta aktif. Mengenai topik yang akan dibawas menurut Tolson, sepenuhnya dibicarakan sebagai topik yang disepakati dan sesuai dengan kebutuhan apakah untuk acara *talk show* selebrity atau untuk membahas sebuah isu mulai dari isu politik sampai persoalan-persoalan sosial dan peristiwa aktual sampai kepada topik-topik yang domeinnya pribadi.

Dari perspektif dramaturgi (Bruun 1999), *talk show* dikategorikan menjadi empat model, yaitu debat, riset, terapi, konsultasi. Ketiganya memiliki ciri yang berbeda dalam hal peranan *host* dan partisipan. Penelitian ini termasuk dalam kategori debat di mana program biasanya akan diarahkan pada pembentukan opini, *host* akan bertidak sebagai provokator dan sekaligus sebagai moderator. Jika peserta lebih dari satu orang maka posisi mereka sebagai pihak yang konflik dan konfrontasi sehingga satu pihak diposisikan sebagai penentang dan lainnya sebagai pihak yang mempertahankan. Jika peserta hanya satu orang, maka peranan yang menantang atau oponen dilakukan oleh *host*.

Menurut Haarman (2008), persona *Host* dalam *talk show* dikonstruksi oleh media dengan cara menonjolkan kebiasannya, kemampuannya dan kesamaan dengan karakteristik penonton umumnya. Hal ini merupakan salah satu *spin-off effect* yang dikemukakan Fairclough (1989) yang disebut dengan *synthetic personalization* yang mengarahkan simulasi diskursus privat menjadi diskursus public. Dilihat dari sudut pandang khalayak, *talk show* yang menampilkan percakapan para tokoh atau nara sumber memiliki karakteristik personal yang bisa mendekatkan dengan khalayak. Salah satu bentuk model orientasi personal dengan media menurut McQuail (2010) ialah dengan interaksi parasosial (*parasocial interaction*) sebagai teori yang dikemukakan oleh Harton dan Whol (1956) yang menjelaskan penggantian teman bicara dengan karakteristik media. Penggantian akan memberikan kepuasan kepada khalayak walaupun kepuasan yang diperoleh tidak sebaik melalui interaksi langsung. Interaksi antara khalayak dengan para tokoh dalam *talk show* yang memiliki kompetensi atau memiliki keterwakilan dengan kelompok tertentu, bisa memberikan effect parasosial, sebagaimana dikembangkan oleh Austin (1992) yang mengembangkan ukuran tingkatan perasaan khalayak berinteraksi dengan persona pilihannya dalam media.

Penelitian ini memfokuskan pada tanggapan khalayak terhadap *talk show*, bagaimana respon terhadap peranan *host* dan tamu atau nara sumber *talk show*, dan efek yang terjadi terhadap khalayaknya. Mengacu pada interaksi parasosial di mana penonton kemungkinan merasa ikut serta dalam pembicaraan dalam *talk show* menjadi *synthetic personalization*, khalayak kemungkinan akan merasa dekat dan terlibat dalam percakapan dalam *talk show*. Dengan perasaan dekat dengan para tamu, maka pengaruh terhadap individu penonton akan semakin dekat. Menurut McQuail (2010, 463) pengaruh (efek media) secara umum dibedakan dalam tiga kategori yaitu efek kognitif, afektif dan

perilaku. Efek kognitif merupakan perubahan yang terjadi dalam informasi dan pengetahuan yang dimiliki, sedangkan kognitif berkaitan dengan perubahan perasaan dan sikap, sedangkan perilaku berupa perubahan dalam aspek tindakan dan aktivitas.

Metode Penelitian.

Penelitian menggunakan survey terhadap khalayak penonton *talk show* Apa Kabar Indonesia Malam, sehingga yang diteliti ialah mereka yang pernah menonton acara tersebut. Variabel utama penelitian ini ialah tanggapan khalayak pada narasumber dan tuan rumah (*host*) serta efek yang terbentuk setelah menonton *talk show*. Tujuan penelitian menggambarkan tanggapan khalayak, sehingga survey yang dilakukan survey deskriptif. Efek yang terjadi diteliti berdasarkan laporan diri (*self report*) dari responden, apakah setelah menonton *talk show* memperoleh kejelasan mengenai permasalahan yang dijadikan debat, apakah pernah berubah sikap terhadap isu yang dijadikan pembahasan, dan pernah tidaknya ikut terlibat dalam pembicaraan di lingkungannya mengenai isu yang dibicarakannya. Penelitian dilakukan di wilayah pemerintahan kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Responden ditentukan berdasarkan teknik sampling bertingkat (*multi stage sampling*) wilayah pemerintahan kecamatan dan kelurahan/desa dan lebih lanjut pada unit wilayah terkecil, responden dipilih dengan teknik *simple random sampling*, dengan jumlah keseluruhan sebanyak 100 orang. Analisis dilakukan dengan melihat kecenderungan distribusi frekuensi masing-masing variable dan menghubungkannya dengan teori atau konsep terkait serta memberikan ilustrasi *talk show* yang ditayangkan pada jangka waktu penelitian dilakukan.

PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

-Penonton Talk Show TV one

Penonton *talk show* dalam penelitian ini sesuai dengan elemen *talk show* merupakan penonton di rumah. Walaupun *talk show* bisa dikemas dengan menghadirkan penonton di studio, tetapi *talk show* Apa Kabar Indonesia Malam, dikemas merupakan bagian dari isu hari tersebut dan yang menjadi rangkaian *topic* berita hari itu dan tidak dipertujukan kepada penonton di studio. Responden seluruhnya yang menonton acara *talk show* tersebut dan tampaknya tidak terbatas pada usia tertentu, sebagaimana data menunjukkan usia penonton jumlahnya hampir sama pada setiap kelompok usia remaja, dewasa dan tua. Berdasarkan urutan dari yang terbanyak ialah mereka yang berumur 21 – 30 tahun (27, 0%) dan kedua berumur 41- 50 tahun (23%). Lainnya berumur 15 – 20 tahun sebanyak 19 % dan yang berumur 31-40 dan 50 – 60 tahun jumlahnya sama sebanyak 14 %.

Dilihat dari jenis kelamin, responden paling banyak adalah laki-laki (67,0%). Sedangkan dilihat dari pekerjaan responden, terbanyak bekerja di sektor swasta dan berwirausaha sebanyak 31, 0 % dan sebagai PNS, guru dan pekerja sebanyak 26,0 %. Lainnya bekerja sebagai ibu rumah tangga, pelajar dan mahasiswa serta pensiunan. Tingkat pendidikan responden, terbanyak yaitu SLTA atau sederajat sebanyak 60 %, disusul berpendidikan Perguruan Tinggi 23, 0 %. Lainnya berpendidikan SLTP dan SD yang jumlahnya sama yaitu 4,0 %.

Gambaran demografis di atas menunjukkan karakteristik responden dalam penelitian ini, usianya hampir sama yaitu merata pada usia remaja, dewasa dan tua. Sedangkan pekerjaan mereka terbanyak pekerja swasta dan berpendidikan terbanyak SLTA.

-Nara Sumber Talk Show

Nara sumber atau elemen tamu (*guest*) dalam *talk show* merupakan elemen paling penting yang menentukan keberhasilan mencapai tujuan *talk show*. Ketepatan nara sumber baik dari komposisi dan kompetensi akan menentukan kualitas pembicaraan. Menurut Heaton dan Wilson dalam Haaram (208:33) nara sumber harus memiliki nilai berita, berwibawa serta, representatif, atau yang dianggap oleh *host* atau produser memiliki daya tarik.

Talk show yang dijadikan landasan survey dalam periode penelitian ini ialah membahas isu Pengadilan Tipikor Daerah, Suap Wisma Atlet. Pada *talk show* Pengadilan Tipikor 7 November 2011 menampilkan nara sumber Taufik Rahman Ruqi Ketua KPK Masa Pengurusan Pertama, Benyamin Mangkudilaga mantan Hakim Agung, dan Asep Iriawan mantan Hakim. Isu ini bergulir karena bebasnya terdakwa korupsi di Pengadilan Tipikor Daerah di mana sepanjang 2011 sampai Maret mencapai 51 orang sehingga timbul ketidakpercayaan kepada Pengadilan Tipikor di Daerah. Dilihat latar belakangnya, semua nara sumber memiliki kompetensi yaitu semuanya mantan pejabat di bidang

hukum. Dari komposisinya, tampak tidak ada wakil masyarakat yang menjadi pengawas pelaksanaan hukum, artinya masih belum merepresentasikan suara publik.

Kasus kedua yang menjadi perhatian ialah “Isu suap wisma atlet: Kasus Nazarudin masuk masa penuntutan”. Nara sumbernya terdiri dari Bibit Samad Rianto, wakil ketua KPK pada masa pengurusan pada saat awal kasus tersebut bergulir, Elsyah Syarif, pengacara hukum Nazarudin, Soetan Batugana, Ketua Partai Demokrat. Disajikan pada tanggal 10 November. Bibit Samad tidak melakukan wawancara langsung, tetapi melalui telewicara. Isu yang dibahas tampaknya tidak semata-mata dilihat sebagai isu hukum tetapi juga isu politik, sebagaimana terlihat dihadapkannya nara sumber Soetan Batugana dari partai Demokrat. Jika semata aspek hukum, dihadirkan pengacara Nazarudin dan pihak lawannya narasumber KPK sudah mencerminkan nara sumber yang memenuhi unsur pro dan kontra atau sudah memenuhi keseimbangan. Namun kehadiran Soetan Batugana tampaknya penyelenggara (*Host*) memiliki arah lain yang berusaha menggali opini terkait ada isu yang disebut oleh Nazarudin tentang keterlibatan Ketua Umum Partai Demokrat, Anas Urbaningrum. Kehadiran Sutan Batugana, berdasarkan kriteria pemilihan nara sumber, tampaknya sudah memenuhi syarat sebagai orang yang memiliki nilai berita, dan memiliki daya tarik, namun demikian dari aspek keterwakilan tampaknya keterwakilan dilihat dari lebih fokus kontroversinya, dan tidak mencari pemecahan dan pencerahan pada masyarakat. Hal ini karena pihak *Host* tidak menyertakan pihak netral dari kalangan akademisi atau yang mewakili masyarakat.

Hal ini sejalan dengan pandangan penonton televisi bahwa narasumber memiliki cukup kompetensi, kredibel dan bervariasi, sebagaimana terlihat dalam tabel 1, di mana responden yang menilai setuju dan sangat setuju lebih dari 60 %. Namun yang menyatakan bahwa nara sumber yang sudah mewakili unsur yang pro dan kontra di bawah 50 %. Artinya keterwakilan nara sumber dalam *talk show* masih kurang. Dalam hal orientasi para nara sumber, responden yang menilai bahwa nara sumber ada yang berorientasi pada kepentingan publik dan ada juga yang berorientasi pada kepentingan kelompok, yang persentasenya yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebesar 43,4 %. Penilaian ini cukup besar jika dibandingkan dengan responden yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, yaitu hanya 11,4 %. Artinya nara sumber menurut pandangan responden yang berorientasi kepada kepentingan publik dan kepentingan pribadi dan kelompok jumlahnya sama dengan persentase yang cukup besar sebesar 43,4 %. Kecenderungan ini akan lebih besar jika responden yang dalam posisi ragu-ragu sebagai bentuk pernyataan ketidakberanian mengatakan pernyataan negatif terhadap posisi nara sumber, maka jawaban responden akan bertambah menjadi lebih dari 80%.

Tabel 1.
Penilaian Terhadap Pemilihan Nara Sumber dalam *Talk Show*
n : 100

Pemilihan Nara Sumber	Skor Nilai					Total
	1	2	3	4	5	
Nara Sumber Memiliki Kompetensi	0.0	3.3	21.1	66.7	8.9	100
Nara Sumber Bervareasi	2.2	0.0	20.0	73.3	4.4	100
Nara Sumber Memiliki Kredibilitas	0.0	3.3	33.3	50.0	13.3	100
Wakil Pro Kontra	0.0	6.7	44.4	42.2	6.7	100
Berorientasi pada Kepentingan Publik	2.2	8.9	45.6	37.8	5.5	100
Berorientasi pada kepentingan Kelompok	2.2	8.9	45.6	37.8	5.5	100

Keterangan : 1. Sangat Tidak Setuju; 2. Tidak Setuju; 3. Ragu-ragu; 4. Setuju; 5. Sangat Setuju.

Dilihat dari pernyataan nara sumber (tabel 2), secara keseluruhan responden menilai apa yang disampaikan nara sumber mudah dipahami, dan memberikan jalan keluar. Namun demikian, apa yang dikemukakannya kurang berdasarkan fakta, nara sumber lebih emosional dan mempertontonkan suasana konflik serta menonjolkan citra positif diri. Tampaknya sisi negatif ini gejalanya lebih dominan dibandingkan dengan sisi positif tadi, perbandingannya yaitu 22,3% berbanding sekitar 60 % lebih.

Responden yang tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan bahwa nara sumber dalam menyampaikan pendapatnya pada *talk show* tidak berdasarkan fakta hampir sama dengan yang setuju dan sangat setuju jumlahnya hampir sama yaitu, 23,3 % berbanding 27,8 %, dan yang menyatakan ragu-ragu paling banyak yaitu 48,9 %. Artinya apa yang disampaikan oleh nara sumber bagi responden belum jelas fakta atau bukan. Tentang bahasa yang digunakan nara sumber responden lebih banyak yang menyatakan mudah dipahami dari ada yang menyatakan sulit dipahami hal ini terlihat dari mereka yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 9 % sedangkan

yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahasa nara sumber mudah dipahami sebanyak 52 %. Dalam pandangan responden apa yang disampaikan nara sumber merupakan jalan keluar atau argumentasi penyelesaian. Hal ini dinyatakan oleh paling banyak responden yaitu 54, 4 % (pernyataan setuju sangat setuju).

Namun demikian, penampilan nara sumber ternyata dalam pandangan responden lebih banyak menunjukkan pernyataan yang sifatnya emosional dan menonjolkan konflik serta kepentingan diri dan kelompoknya. Resoponden yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahasa narasumber emosional sebanyak 51, 1% sedangkan yang tidak setuju dan sangat tidak setuju 20 %. Resoponden yang menyatakan setuju dan sangat tidak setuju nara sumber sering mempertontonkan konflik antar golongan 52,2 %, dan setuju dan sangat setuju nara sumber dalam menyampaikan pernyataannya dominan menunjukkan citra positif dirinya, sebanyak 56,7 %.

Sebagai ilustrasi kepentingan nara sumber dapat dilihat dari pernyataan nara sumber pada *talk show* tanggal 10 Nopember 2011, ketika *Host* menanyakan, ... Pak Sutan bagaimana ini untuk kesekian kalinya Nazarudin menyebut Anas UrbaningrumNara sumber Batugana tidak mau menjawab pertanyaan *Host*, tetapi memilih merespon komentar ketua KPK dalam pernyataan sebelumnya (di luar acara *talk show*) bahwa akan ada tersangka baru dari partai politik..... Jawaban Batugana, mengemukakan pernyataan ketua KPK bahwa yang dimaksud partai politik bisa dari biru, kuning atau merah,..... selanjutnya dalam pernyataannya Batugana menjelaskan, ----- yang penting bagi kita, bagi saya dan kawan-kawan partai Demokrat ingin menyampaikan kepada masyarakat bahwa partai demokrat ini berpolitik bersih, cerdas dan santun mudah-mudahan menjadi *entry point* untuk membersihkan kita-kita semuadan contoh bagi semua kita....

Contoh tersebut menunjukkan nara sumber berusaha untuk membawa pertanyaan nara sumber kearah kepentingan kelompok untuk memberikan citra partai demokrat yang berpolitik bersih, cerdas dan santun dan juga berusaha untuk menggeneralisasi bahwa masalahnya bukan masalah partai Demokrat tetapi semua partai, kosa kata yang digunakan dalam satu rangkaian ... saya, kita, kita-kita sangat kuat untuk menunjukkan bukan citra partai demokrat tetapi citra semua partai.

Tabel 2.
Penilaian Terhadap Pernyataan Nara Sumber dalam *Talk Show*
n : 100

Pernyataan Nara Sumber	Skor Nilai					Total
	1	2	3	4	5	
Pendapat tidak berdasar fakta	1.1	26.7	48.9	18.9	4.4	100
Bahasanya mudah dipahami	0.0	9.0	48.0	47.0	5.0	100
Menggunakan bahasa emosional	2.2	17.8	28.9	40.0	11.1	100
Memberikan jalan keluar	0.0	13.3	32.2	51.1	3.3	100
Mempertontonkan konflik	2.2	22.2	23.3	42.2	10.0	100
Menonjolkan citra positif diri	2.2	21.1	20.1	36.7	20.0	100

Keterangan : 1. Sangat Tidak Setuju; 2. Tidak Setuju; 3. Ragu-ragu; 4. Setuju; 5. Sangat Setuju.

-Penilaian terhadap *Host*

Tuan rumah (*Host*) menampilkan dirinya dalam dua layar, pertama dalam *setting talk show* itu sendiri di mana ia berhadapan dengan partisipan atau tamu yang diundang dan tamu yang ada di studio. Kedua ia tampil dilayar kedua yaitu antara program dengan penontonnya yang harus memberikan kesan bahwa acara tersebut menguntungkan penontonnya (Bruun 1999). *Host* harus mampu menciptakan relasi yang komunikatif yang disebut *parasocial interaction* (Harton dan Whol dalam Bruun 1999) dengan asumsi bahwa hubungan penonton dengan *host* merupakan hubungan persona yang bertindak sebagai tuan rumah (*host*) dan pewawancara.

Tabel 3
Penilaian Terhadap *Host*
n : 100

Penilaian Terhadap <i>Host</i>	Skor Nilai					Total
	1	2	3	4	5	
Pembawa acara netral	1.1	7.8	40.0	46.7	4.4	100
Suka Memotong pembicaraan	0.0	15.6	37.8	36.7	10.0	100
Mengarahkan jawaban	0.0	15.6	30.0	35.6	18.9	100
Sering tidak menyimpulkan	2.2	33.3	27.8	17.6	18.9	100

Keterangan : 1. Sangat Tidak Setuju; 2. Tidak Setuju; 3. Ragu-ragu; 4. Setuju; 5. Sangat Setuju.

Responden paling banyak menilai bahwa *host* telah bertindak netral (lihat tabel 3). Hal ini terlihat dari yang menjawab setuju dan sangat setuju bahwa pembawa acara *talkshow* apa khabar Indonesia malam di TVone netral sebanyak 51,3 % dan kontras dengan jumlah yang tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 18,9 %. Dalam pelaksanaan *talk show*, *host* juga suka memotong pembicaraan nara sumber yang sebenarnya secara substantif tidak perlu. Yang setuju dan sangat setuju nara sumber sering memotong pembicaraan sebanyak 46,7 %. Pembawa acara atau *host* menurut responden telah membawakan peranannya cukup netral walau suka memotong pembicaraan yang menurut responden seharusnya tak perlu memotong. *Host* dinilai juga suka mengarahkan jawaban dan pada akhir acara *host* pun tidak menyimpulkan.

Contoh *host* memotong pernyataan nara sumber ketika Batugana (narasumber) menjelaskan bahwa ada tersangka baru mungkin dari biru, kuning atau merah, *host* memotong jadi semua kemungkinan ada dong berpolitik bersih Ini saya menarik *nih* pak Sutan mengatakan Demokrat berpolitik bersih tapi kita tak bisa lupa pak Nazarudin *kan* bendahara umum partai Demokrat apa tidak ketahuan selama ini..... Artinya selama ini Nazarudin tidak terdeteksi bertindak seperti ituApa pak Nazarudin *apes* ketahuan sehingga terlibat kasus ini Jadi Partai Demokrat selama ini merasa tersandera

Dalam kutipan wawancara tersebut, Batugana berhadapan tidak saja dengan nara sumber penasihat hukum Nazarudin, tetapi juga dengan *host* yang berusaha memprovokasi nara sumber. Dalam konteks ini, sesuai dengan Bruun bahwa dalam setiap *talk show* debat, *host* selalu berusaha jadi provokator sekaligus moderator.

-Efek *Talk show*

Talk show sebagai sebuah genre *conversation* di antara para tamu dan juga antara tamu dengan *host*-nya, sehingga konten yang disajikan tidak terbatas pada tema yang dibicarakan tetapi juga sebagai sebuah *event talk show* dengan sebuah objek yang mengandung pesan, seperti perilaku yang terlibat dalam *talk show*, bahasa yang digunakan dan juga *setting* kamera yang diarahkan pada pemeran dalam *talk show*. Kesemuanya akan mendukung kekuatan substantif konten yang dipilih menjadi tema. Efek komunikasi dalam pandangan individu merupakan perubahan yang terjadi karena ada stimulus dari *talk show* yang dalam hal ini terdiri dari dimensi kognitif, afektif dan perilaku. Aspek kognitif meliputi perolehan kejelasan masalah, afektif perubahan pendapat dan penguatan pendapat, aspek perilaku berupa tindakan setelah menonton apakah mendiskusikan atau menyampaikan info ke pihak lain.

Tabel 4
Efek Isi *Talk Show* terhadap khalayak
n : 100

Efek isi <i>Talk show</i>	Skor Nilai					Total
	1	2	3	4	5	
Mengetahui permasalahan lebih jelas	1.1	6.7	23.3	47.8	21.1	100
Berubah dari positif ke negatif	1.1	20.1	26.7	42.2	10.0	100
Berubah dari negatif ke positif	0.0	12.2	27.8	46.7	13.3	100
Menguatkan Pendapat	0.0	2.2	38.9	45.6	13.3	100
Mendiskusikan dengan orang lain	2.2	3.3	33.3	47.8	13.3	100
Menyampaikan opini ke orang lain	0.0	5.6	40.0	37.8	16.7	100

Keterangan : 1. Sangat Tidak Setuju; 2. Tidak Setuju; 3. Ragu-ragu; 4. Setuju; 5. Sangat Setuju.

Setelah menonton *talk show* dari aspek kognitif responden mengaku mengetahui kejelasan mengenai permasalahan yang diangkat . Responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebanyak 68,9 %. Sedangkan dari aspek afektif, responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju pernah berubah pendapat dari negatif ke positif sebanyak 70 % . Demikian halnya yang pernah berubah dari positif ke negatif yang setuju dan sangat setuju sebanyak 62,2 %. Sementara yang menyatakan acara *talk show* menguatkan pendapat yang dimiliki responden yang setuju dan sangat setuju mencapai 58,9 % . (lihat tabel 4)

Dari aspek konatif, responden setelah menonton *talk show* biasa mendiskusikan materi yang disampaikan *talk show* kepada orang lain. Hal tersebut dinyatakan oleh 61,1 % responden. Selain menjadi bahan diskusi, juga pernah menyampaikan informasi baik berupa usulan atau laporan terkait perkembangan di bidang yang dipelajari kepada orang lain yang terkait. Hal ini dinyatakan oleh 54,5 % .(Lihat tabel 4)

Efek yang terbetuk berdasarkan pernyataan diri reponden, *talk show* memiliki peranan dalam aspek kongnitif, afektif dan konatif. Peranan ini berkaitan dengan karakteristik *talk show* sebagai bentuk

percakapan (*conversation*) yang dilembagakan, dari domain privat ke domain publik. Artinya, keintiman dan kepercayaan yang dibangun oleh *host* menjadi konversasi tingkat masyarakat, menjadi pendorong terbentuknya efek tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan masyarakat yang pernah berubah pendapatnya baik dari positif ke negatif atau sebaliknya terhadap isu yang dijadikan materi *talk show* cukup besar lebih dari 50 %, hal ini menunjukkan efek *talks show* sebagai genre *conversation* menunjukkan keunggulannya. *Talk show*, membuat tingkat intimitas antar berbagai pihak dalam di antara pelaku *talk show* diperluas sehingga penonton tv merasa ikut terlibat. Sehingga konteks keterlibatan penonton tidak saja dalam arti keterlibatan langsung tetapi bisa keterlibatan substantif. Hubungan ini disebut Harton and Whol sebagai hubungan interaksi *parasocial* (1956), sebagai hubungan antar penonton dengan aspek kemusiannya (*human factor*) dari media seperti tokoh dalam media yang terlibat dalam penyajian media seperti aktor, *presenter* atau selebriti (Giles 2002).

Tuan rumah (*host*) dinilai oleh penonton, sering memotong dan mengarahkan dengan memberikan kesimpulan atau menarik makna dari pernyataan nara sumber bahkan memancing narasumber untuk mengomentari lebih lanjut apa yang disampaikannya, hal ini sesuai dengan karakteristik *talk show* dari aspek dramaturgi, yang termasuk dalam dalam model *talk show* debat di mana posisi *host* sebagai moderator sekaligus provokator. Kecenderungan ini terlihat dari posisi paradok di antara media, peserta dalam *talk show* politik, menunjukkan bahwa *host*, tidak saja menjadi dirinya sebagai penghubung di antara para nara sumber serta dengan penonton, tetapi juga bagaimana bisa memainkan peranan untuk mengedepankan kepentingan media dengan cara mengubahnya menjadi komoditi isi media agar laku dijual.

Paradok lain yang muncul, para narasumber yang berusaha menunjukkan identitasnya untuk pencitraan dirinya dimana jika ada isu yang negatif yang menyerang dirinya, berusaha menghindari dengan mencari analogi lain atau menggeneralisasi permasalahan yang dialami sebagai bukan persoalan dirinya tetapi persoalan umum yang terjadi pada semua pihak atau golongan.

Dalam konteks demokrasi, di mana dialog menjadi ciri atau prasyarat keberlangsungan demokrasi, maka kualitas dialog akan menjadi kualitas demokrasi yang terjadi. Bagi penonton *talks show*, para nara sumber lebih menonjolkan pencitraan dan memproduksi serta mereproduksi konflik dan emosional menunjukkan kualitas dialog belum menunjukkan kualitas demokrasi yang matang. Oleh karena itu fungsi *public sphere* sebagaimana diharapkan Habermas, untuk mengembangkan pertukaran pendapat dan pandangan secara terbuka, telah terkontaminasi dengan kepentingan politik dan kepentingan bisnis. Hal ini sejalan dengan tesis Habermas (dalam Barret 1995, 232) bahwa eksistensi *public sphere* menurun, karena media sebagai institusi bisnis telah mengkomodifikasi ruang publik untuk kepentingan bisnis, dan Elliott (dalam Barret 1995, 232 dan Golding (1991, 23) menambahkan keadaan itu disebabkan kekuatan pasar yang ditempatkan menjadi tempat tertinggi dari kepentingan lainnya. Erosi terhadap *public sphere* terus berlanjut, karena teknologi dan komunikasi telah mengubah keterlibatan orang-orang dalam masyarakat dari sebagai warga negara suatu bangsa menjadi unit konsumsi dari dunia perusahaan.

PENUTUP

Perdebatan isu di media massa dalam format *talk show* merupakan bentuk percakapan (*conversation*) yang dilembagakan. Format ini mengukuhkan pandangan bahwa media massa sulit memainkan peranan sebagai *public sphere*. Nara sumber sebagai tamu yang diundang menjadikan *talk show* sebagai panggung politik untuk mengembangkan citra dirinya, sebaliknya media yang diwakili oleh tuan rumah (*host*) melakukan praktek komodifikasi dengan berusaha memproduksi nilai perdebatan sebagai bahan transaksi.

Bagi masyarakat *talk show* di televisi yang membahas suatu isu bisa mengubah pendapat baik dari negatif ke positif atau sebaliknya dan terkadang hanya meneguhkan pendapat yang ada saja. Para nara sumber dipandang telah mewakili pihak-pihak yang berkepentingan. Walaupun pernyataan-pernyataan nara sumber cukup berdasarkan fakta, mudah dipahami namun sering disampaikan dengan emosional dan tampak menonjol hanya untuk pencitraan dirinya serta mempertontonkan konflik. Peranan *host* dalam *talk show* dianggap cukup netral dan namun suka mengarahkan jawaban nara sumber dan suka memotong pembicaraan nara sumber dan tidak menyimpulkan permasalahan yang sedang dibicarakannya.

Sebagai genre percakapan terlembaga di media massa, *talk show* telah memberikan warna demokrasi yang dinamis, *talks show* menjadi tontonan publik sebagai panggung politik para nara sumber

politisi namun juga telah menjadi ladang bagi media untuk menjual kontroversi dan konflik sebagai sajian yang menarik dan bisa melahirkan penonton. Kolaborasi antara kepentingan politisi dan kepentingan media menjadi sebuah pertunjukan yang saling menguntungkan.

Penelitian ini dilaksanakan di kota provinsi Kalimantan Selatan yang kemungkinan masyarakatnya memiliki prioritas perhatian terhadap isu yang dibahas di media dan berbeda dengan prioritas isu nasional. Oleh karena itu, bisa saja ketertarikan terhadap isu nasional terkalahkan oleh isu lokal. Disarankan perhatian para peneliti memberikan perhatian lebih pada isu lokal, sehingga *talk show* yang menjadi bahan penelitian ialah *talk show* lembaga penyiaran lokal di wilayah penyelenggaraan penelitian, dan dalam aspek tekstual, diperlukan konsistensi dalam mempertahankan media. Penelitian lanjutan diharapkan juga dilakukan terhadap isi *talks show* dengan kerangka analisis teori percakapan (*conversations theory*) dan teori *paracosial interaction* yang mengukur perasaan interaksi antara penonton dengan tokoh yang menjadi nara sumber dalam *talk show* di televisi.

Daftar Pustaka

- Alger, Dean E. 1989. *The Media and Politics*. London: Prestice-Hall, Inc.
- Barrett, Oliver Boyd. 1995. Conceptualizing The Public Sphere. Dalam *Oliver Boyd Barrett, Approach to Media Reader*. London: Arnold
- Bruun, Hanne. 1999. The Aesthetics of The Television Talk Show. *Nordico M Review* 2: 243-259
- Grossberg, Lawrence., Ellen Wartela. D Charles Whitney, J Macgregor Wise. 2006. *Media Making In Populer Culture*. Thousand Oaks: Sage Publication
- Giles, David C. 2002. Parasocial Integration: Review of The Literature and Model For Future Research. *Media Psychology*: 4279-305
- Golding, Peter and Graham Murdock. 1991. Culture, Communications, and Political Economy. Dalam *Mass Media and Society*, ed. James Curran, dan Michael Gurevitch. London, New York, Melbourne, Auckland: Edward Arnold.
- Haarman, Lounann. 2008. Performing Talks. In *Television Talks Show. Discourse, Performance, spectacle*, ed. Andre Tolson. London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Littlejohn, Stephen W., Karaen A Foss. 2008. *Theories of Human Communication*. ThomsonWadsworth: Belmont
- Louw, P Eric. 2005. *The Media and Political Process*. London: Sage Publication
- McQuail, Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory, 6th edition*. London: Sage Publication
- Thompson, John B. 1995. The Theory of Public Sphere. Dalam *Approach to Media Reader*, ed. Oliver Boyd Bareett. London: Arnold
- Tolson, Andrew. 2008. Talking About Talk: The Academic Debate. In *Television Talks Show. Discourse, Performance, spectacle*, ed. Andre Tolson. London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Xiaomei, Zhou., Wu Yue. 2008. Authenticity Throuh Cooperation of the Host and The Guest in Chinese TV Talk Show 2008. *Cross-Cultural Communications* Vol 4. O1: 81-89.

Terima kasih kepada para peneliti Balai Penelitian dan Pengkajian Komunikasi dan Informasi yang telah membantu proses pengumpulan data.

**Probabilita Kualitas Riset Ditinjau dari Hubungan Paradigma
dan Metode Penelitian *)**

	Klasik	Kritis	Konstruktivis	Participatory
Metode Survey (Deskriptif; Analitis; Univariat; Bi/Multivariat)		X	X	X
Gounded research				
Ethnography				
Case Study				
Phenomenology				
Semiotika				
Marxis				
Psikonalisis				
Sosiologis				
Framing Analysis				
Semiotika Sosial				
CDA Norman Fairclough	X			
CDA Ruth Wodak	X			
(Dan lain-lain metode)				

Notasi: X = cenderung tidak berlaku

*) Prof. Dr. Ibnu Hamad