

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dunia berkembang dengan begitu cepat, beriringan dengan berkembangnya Teknologi. Media Digital yang mendapat perubahannya. Saat ini media digital semakin membesar sejak pertama kali kemunculannya, dari mulai terasa asing untuk beralih dari konvensional menuju digital, sampai menjadi kewajiban untuk eksis pada platform digital tersebut. Terlebih, melandanya pandemi Covid-19 menjadi alasan semakin pesatnya digitalisasi ini. Yang artinya, hamper semua dapat diakses melalui media digital teknologi.

Selayaknya perkembangan ICT (*Information Communication Technology*) telah mempermudah banyak hal menjadi lebih mungkin terealisasikan, terutama dalam hal yang berhubungan dengan *setting* komunikasi antarmanusia (*human communication*). Sebelumnya komunikasi yang paling luas hanya dapat dilakukan melalui media konvensional yaitu dengan media massa cetak dan elektronik, tetapi saat ini sudah ada teknologi ICT *setting* tersebut bisa berlangsung secara digital menggunakan media konvergen.

Berbicara mengenai perkembangan ICT yang membuat kita bisa memberlangsungkan komunikasi dengan kawan kita secara digital melalui media konvergen itu, sebetulnya secara hakiki dapat tergolong proses komunikasi digital antarkomunikator dan komunikan yang lazim disebut dengan *codec* (*coding* dan *decoding*). Proses *codec* yang merupakan secara teknis dapat dilakukan oleh siapa saja, entah individu juga organisasi (contoh organisasi seperti media *streaming* dan lain-lain). Sebab hal tersebut, membuat pembahasan mengenai media *streaming* dapat dilakukan dengan dua sisi, pertama mengenai media *streaming* dan organisasi dan kedua menyangkut media *streaming* dan masyarakat (anggota/individu)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Hasyim Ali Imran. "Penggunaan TV Streaming di Kalangan Masyarakat Perkotaan (Streaming TV Use Among Urban Communities)". Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Jakarta. JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA Vol. 20 No. 2 (Juli - Desember 2016) Hal : 119 - 137

Media *streaming*, YouTube akan masuk kategori ini tentunya, dimana saat ini menjadi salah satu yang paling banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. YouTube adalah sebuah situs web berbagi atau media sosial, artinya YouTube memfasilitasi fungsi dan *feature* penggunaannya dapat mengunggah, menonton, dan berbagi video di *platformnya*. Awal mula dari YouTube sendiri, didirikan oleh tiga karyawan PayPal di tahun 2005, akun pengguna di YouTube juga disebut kanal (*channel*), hingga saat ini di 2021 YouTube banyak diminati dan sudah menjadi salah satu sosial media terbesar di dunia yang sudah tergabung dengan Google. Banyak alasan mengapa Youtube menjadi media besar, salah satunya karena penggunaannya dapat mencari dan menonton secara berulang-ulang video yang diinginkan dan dibutuhkan melalui [www.youtube.com](http://www.youtube.com).

Banyaknya konten konten yang disajikan di YouTube menjadi salah satu bukti bahwa minat audiens untuk membagikan dan mendapatkan informasi melalui video sangatlah tinggi. Dilansir dari [inet.detik.com](http://inet.detik.com) tahun 2018, beberapa konten yang banyak diminati oleh user YouTube adalah konten Vlog pribadi, video tutorial, video bermain game, video unik, dan video berita politik. Banyaknya jenis video yang disajikan oleh berbagai channel, salah satunya adalah channel Narasi TV yang dibuat oleh Najwa Shihab<sup>2</sup>.

Sebelum konten Najwa Shihab yaitu yang paling di kenalnya adalah Mata Najwa saat ini yang dapat di akses di Youtube juga website resminya, perjalanan karier di dunia jurnalisme senior Najwa Shihab ini mengalami banyak rintangan, pada 2017 salah satunya acara Mata Najwa memilih untuk mundur dari Stasiun Metro TV, stasiun yang membersarkan Namanya, tepatnya pada Agustus 2017. Perjalanan Mata Najwa yang telah mencapai 17 tahun lamanya di Metro TV dan belum pernah pindah ke stasiun televisi lainnya. Hingga di tahun 2018, Najwa dan dua rekannya memutuskan untuk membuka perusahaan independennya saat itu, yang berfokus pada bidang digital content diberi nama PT Narasi Citra Sahwahita. Meskipun baru baru 10 bulan sejak

---

<sup>2</sup> Lidya Crisnanda Diwangsa, Agusly Irawan Aritonang, Chory Angela Wijayanti.2019. "Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Program Mata Najwa di YouTube Channel Narasi TV" Jurnal E-Komunikasi. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Petra Surabaya. Vol 7. No. 2 Tahun 2019.

dibangun, namun perkembangannya sangat pesat. Perusahaan Najwa atau lebih terkenal dengan nama Narasi TV merupakan *startup* yang didirikan Najwa sejak awal tahun 2018. Ide ini muncul setelah Najwa membuat kanal Youtube pribadinya sendiri. Meskipun saat itu umurnya masih 4 bulan sejak dibuat, akan tetapi telah memperoleh 250 ribu pengikut dan mendapatkan *silver button*. Kini, jumlah pengikut kanal Najwa Shihab sendiri sudah mencapai *gold button*<sup>3</sup>.

Youtube Narasi.tv sudah mendistribusikan sekiranya saat ini sudah memiliki 14 program secara digital baik di situs webnya maupun YouTube. Dari seluruh program yang ada hanya program Mata Najwa yang tayang dalam dua format, *free-to-air* yang ditayangkan melalui stasiun televisi. Pasca hengkang dari Metro TV, kontrak berlanjut dengan stasiun lain yaitu dengan stasiun Trans 7 untuk menayangkan kelanjutan program Mata Najwa tersebut.

Meskipun begitu, Narasi TV dibangun oleh Najwa dan timnya dari awal, dari nol. *Co-founder* bersama dengan Najwa bertekad menciptakan program acara yang mengutamakan kualitas, dengan tetap menarik atensi penonton. Ia berkeyakinan bahwa di tengah banyak konten “provokatif” serta “recek”, masih ada ruang untuk konten berkualitas bertumbuh, bahkan hingga ada saat bisa mendominasi pasar.<sup>4</sup> Sadarkah kita, berbicara mengenai konten yang disampaikan oleh Narasi TV kini semakin bertemakan sesuatu yang sudah semakin kreatif dan berani. Faktanya, dapat dirasakan sekarang ini program televisi *streaming*, tema mengenai politik bukan lagi berisi dialog yang topiknya normatif tetapi sekarang sudah bisa dibawakan dengan pembawaan menggelitik, lebih variative, kreatif dan menghibur tanpa lupa tetap menyampaikan pesan politik yang ingin dibahas<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Santi Dewi. “Kisah Najwa Shihab di Awal Bentuk Narasi: Takut Tak Bisa Gaji Pegawai”. 2018. <https://www.idntimes.com/news/indonesia/santi-dewi/cerita-najwa-shihab-takut-tidak-bisa-gaji-pegawai-awal-bentuk-narasi/6> akses pada 19 November 2020

<sup>4</sup> Saviq Bachdar. “Najwa Shihab Bicara Soal Masa Depan Narasi TV”. <https://marketeers.com/najwa-shihab-bicara-soal-masa-depan-narasi-tv/> akses pada 19 November 2020

<sup>5</sup> Susanti, Billy. 2014. Analisis Resepsi Terhadap Rasisme Dalam Film (Studi Analisis Resepsi Film 12 Years A Slave Pada Mahasiswa Multi Etnis). UMS: Surakarta.

Tayangan ini sangat menarik, sebab memiliki karakteristik khusus dimana, banyaknya acara *Talk Show* tetapi Mata Najwa bisa mengeluarkan karakternya dengan kuat dan berbeda dari stasiun-stasiun televisi juga program acara lain. Program acara lain yang bertemakan isu politik biasanya akan menonjolkan kedalaman isi materi yang dominan dalam narasinya dari pada unsur hiburan. Sedangkan untuk acara Mata Najwa, *Talk Show* ini mencoba menampilkan bukan hanya debat yang berisik, akan tetapi juga menunjukkan peran aktif sebagai media penyeimbang yang banyak mengetengahkan aspirasi publik yang biasanya ditambahkan beberapa kejadian lampau sebagai hal yang penting untuk memperkuat materi dan narasinya.

Salah satu yang menjadi ciri khas dari acara Mata Najwa, diberikan prolog yang menarik, tajam dan lugas disampaikan oleh Najwa di setiap pembukaan di awal seluruh episode yang ditayangkannya. Pembukaan menggunakan prolog itu seakan membuat penonton diantarkan bagaimana asal muasal permasalahan tersebut, dan tak sering juga disampaikan paparan-paparan singkat mengenai keadaan yang sedang terjadi juga pertanyaan-pertanyaan yang dirasa menjadi perwakilan sekali untuk masyarakat, dan prolog ini adalah awal dari bagaimana isu yang diambil akan di bedah dalam episode tersebut. Tidak hanya itu, selain prolog, di setiap akhir program acara sebelum penutupan, Najwa akan memberikan rangkuman dari apa yang telah disampaikan selama episode tersebut di tayangkan, rangkuman *talk show* tersebut diberi sebutan dengan Catatan Najwa. Pengantar dan penutup ini jugalah yang menjadi kekuatan pada program ini selain penyampaian Najwanya yang begitu kuat selama berlangsungnya *talk show*. Seluruh *elemen* itu membuat Acara Mata Najwa menarik untuk di simak dan dengarkan.

*Elemen Show* ini yang menjadi faktor besar yang membedakan *talk show* Mata Najwa dengan program lain, dikemas dengan topik sama-sama politik tetapi dibumbui informasi lain membuat pemirsa lebih mau mendengarkan dan menonton acara ini, selain itu kehidupan si tokoh yang sebelumnya jarang diungkap di media massa lainnya juga menjadi alasan tambahan. Siapa sangka hal-hal tersebut membuat pemirsa tidak keberatan meninggalkan aktifitas

lainnya untuk menyaksikan acara Mata Najwa ini sejenak, meskipun mungkin tak sedikit juga yang menyaksikan acara tersebut sekedar ingin tahu siapa bintang tamu pada *Talk show* Mata Najwa.

Selain itu, persiapan Najwa ketika akan melakukan *talk show* terlihat matang dimana setiap melakukan wawancara pasti akan tergeletak beberapa lembaran di atas meja yang berisikan berkas-berkas riset juga hasil pengamatan Najwa dan timnya dan terbilang cukup detail, termasuk beberapa hal yang khusus dan pribadi. Persiapan yang matang dengan pembawa acara Najwa sebagai jurnalis senior, membuatnya menjadi pribadi yang kritis, sehingga tak jarang ada pertanyaan-pertanyaan yang spontan dan di luar dugaan yang sering membuat narasumber berfikir sejenak, tersenyum atau merenung sebelum menjawabnya.

Banyak publik menyetujui bahwa dalam acara *talkshow*-nya Najwa Shihab mampu menyampaikan apa yang ingin diketahui dan dirasakan oleh masyarakat, dan Najwa Shihab menjadi perwakilan yang baik karena itu. Meskipun demikian, dibalik sebuah program tayangan tentunya terdapat kru atau tim yang kreatif ataupun ataupun tim pencari fakta yang menyajikan sebuah fakta-fakta terkait dengan *Talkshow* yang sering menjadi *Trending Topic* di media sosial Twitter ini, membuktikan mempunyai nilai tarik tersendiri dengan mampu merangkai proses atau aktifitas evaluasi emosional (ketertarikan) masyarakat terhadap suatu objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang di peroleh dengan cara menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan tersebut dengan menggunakan media pendengaran, penglihatan, peraba dan sebagainya.

Satu episode pada acara *talkshow* Mata Najwa yang mengundang sensasional adalah edisi berjudul “#MataNajwaMenantiTerawan” di Youtubenanya pada 28 September 2020 dimana pada acara tersebut Najwa Shihab melakukan monolog dengan kursi kosong yang sedianya digunakan oleh Mantan Menteri Kesehatan Terawan Putranto yang dua kali diundang dalam *Talkshow* Mata Najwa namun tidak kunjung hadir.

Monolog yang dilakukan oleh Najwa Shihab tersebut sangat tajam sehingga membuat netizen Indonesia bereaksi melalui berbagai media sosial

seperti twitter dan instagram dengan mengapresiasi acara tersebut. Apresiasi terhadap acara yang menampilkan Najwa Shihab yang akrab disapa Mbak Nana melakukan wawancara tajam terhadap kursi kosong yang semestinya diisi oleh Pak Terawan yang saat itu menjabat sebagai Menteri Kesehatan RI, dan disampaikan oleh pengamat media dan komunikasi Wisnu Prasetya Utama dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Gajah Mada, lewat akun twitter pribadinya @wisnu\_prasetya.

Tidak hanya beliau, DPR RI dari Fraksi Gerindra, Fadli Zon juga bercuit "Wawancara kursi kosong ini ide brilian @NajwaShihab." Ucapnya mengapresiasi Najwa Shihab mewawancarai kursi kosong menurutnya adalah salah satu momen terbaik dalam jurnalisme di Indonesia selama pandemi. Sangat wajar dalam demokrasi. "Jadi kalau hal seperti ini pun dilaporkan ke polisi, ya demokrasi macam apa?" tulis akun burung biru miliknya. Dampak dari episode tersebut bisa dikatakan cukup besar, sebab potongan video monolog yang dilakukan oleh Mbak Nana oleh warganet tersebut sangat viral dan menjadi trending topics di Twitter selama sehari-hari<sup>6</sup>.

Dampak lainnya yang timbul dari aktifitas mewawancarai kursi kosong tersebut ternyata, terdapat sebuah pelaporan masuk ke Polda Metro Jaya pada Selasa (6/10/2020) berisi pelaporan acara Mata Najwa pada pihak terkait. Dalam laporan tersebut sendiri berisi laporan dari Ketua Umum Relawan Jokowi Bersatu, Silvia Dewi Soembarto yang menurutnya kegiatan tersebut dianggap merendahkan Presiden Joko Widodo dalam Mata Najwa edisi #MataNajwaMenantiTerawan itu. Bagaimana pun laporannya ditolak karena dari pihak Polda Metro Jawa, acara Mata Najwa dan aktifitas tersebut masuk kedalam ranah hukum Dewan Pers Indonesia.

Menurut Silvia, wawancara Najwa dengan kursi kosong itu dianggap mencerminkan merendahkan Presiden Joko Widodo. "Menteri Terawan adalah representatif daripada Presiden RI. Perlakuan Najwa Sihab di televisi yang

---

<sup>6</sup> Muhammad Nugraha Al Auladan. 2020. "Pro dan Kontra Kursi Kosong Terawan" <https://rembangbicara.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-104805939/ini-pro-kontra-kursi-kosong-terawan-yang-sebabkan-najwa-shihab-dipolisikan> akses pada 16 November 2020

ditonton 269 juta jiwa penduduk Indonesia sangat tidak mendidik," Ucapnya dikutip dari Kompas.com. Najwa Shihab dianggap Silvia telah melakukan *cyber bullying* atau perundungan melalui teknologi. "Itu menyangkut *cyber bullying* di mana narasumber tidak hadir itu hak narasumber. Tidak ada kewajiban untuk Menteri Terawan hadir untuk memberikan statement," kata dia.

Bukti yang dibawa oleh Silvia pun berupa video tayangan episode Mata Najwa edisi #MataNajwaMenantiTerawan yang berisi wawancara kursi kosong dan juga jadwal tugas Menteri Terawan pada hari yang sama. Namun, ketika ditanyai perihal nomor laporan, ia mengatakan belum ada yang artinya laporan belum diterima atau ditolak Kepolisian, dan ia disarankan untuk berkonsultasi ke Dewan Pers dulu sebelum meneruskan laporan dan memperkuat bukti-bukti lainnya<sup>7</sup>.

Maka berdasarkan pemaparan diatas, tentunya menunjukkan bahwa acara *talkshow* Mata Najwa ini mengundang banyak sekali polemik dari berbagai macam pihak yang kemudian membuat banyak pihak mengeluarkan opini masing-masing bagaimana memaknai peristiwa tersebut, apalagi dalam kondisi seperti ini yang memang membuat permasalahan mengenai Covid-19 adalah sebuah permasalahan yang sangat sensitif dan ingin diketahui oleh banyak pihak, apalagi ditambah dengan banyak sekali kebijakan-kebijakan yang dibuat pemerintah terasa tidak populis dan membuat suatu kegaduhan tersendiri di masyarakat.

Dalam hal ini menurut Josep Ernst dalam McNair (2015), ruang diskursif khas yang di dalamnya individu-individu berkumpul agar bisa memainkan peran sebagai kekuatan politik yang handal disebut ruang publik. Ini merupakan ranah politik borjuis yang meluas, menuju mayoritas absolut masyarakat dalam masyarakat demokrasi modern dari yang dulunya elitis<sup>8</sup>.

Selain itu opini publik tentunya berperan besar dan faktornya dilandasi dari peran komunikasi politik, unsur pembentukan opini publik juga diantara

---

<sup>7</sup> Sania Masabi, 2020. "Saat Wawancara Kursi Kosong oleh Najwa Shihab Dilaporkan ke Polisi" <https://nasional.kompas.com/read/2020/10/07/08295841/saat-wawancara-kursi-kosong-oleh-najwa-shihab-dilaporkan-ke-polisi?page=all> akses pada 16 November 2020

<sup>8</sup> McNair, Brian. 2015. Pengantar Komunikasi Politik. Bandung: Nusa Media

beberapa sebagai berikut. Pertama, sebelum tercapainya consensus maka terjadinya pro dan kontra adalah hal yang paling biasa terjadi. Kedua, melibatkan lebih dari seorang, atau jika diistilahkan Hennessy disebut ukuran publik. Ketiga, opini yang dikomunikasikan secara terbuka, dinyatakan atau diungkapkan. Dan keempat, mengundang dan memungkinkan adanya tanggapan. Selain itu, jarak geografis, pengetahuan, dan sikap khalayak juga memberikan pengaruh terhadap pembentukan pendapat umum<sup>9</sup>.

Oleh sebab itu, jika ada seorang atau sekelompok orang yang bermaksud ingin membentuk opini publik, mengetahui kondisi khalayak yang sebenarnya menjadi kewajiban, mengupayakan juga agar sikap khalayak yang bersangkutan adalah khalayak yang menguntungkan<sup>10</sup>. Medium yang menjadi paling ampuh dalam pembentukan opini public untuk komunikasi politik adalah media massa dan media digital.

Hal ini karena opini publik dapat berpengaruh besar yaitu mampu membangunkan sikap dan tindakan khalayak mengenai sebuah masalah politik dan atau aktor politik, dengan itu opini public mempunyai kekuatan dalam mengubah sistem politik yang ada. Dalam rangkaian seperti ini, media pun menyampaikan pembicaraan-pembicaraan politik kepada khalayak. Bentuk penyampaian mediaumnya bisa dalam media massa, antara lain berupa teks atau berita politik, yang di mana di dalamnya terdapat simbol-simbol dan fakta-fakta politik<sup>11</sup>.

Maka dari itu komunikasi adalah bagian yang penting dalam kehidupan setiap orang. Tanpa disadari secara langsung, media mengambil banyak peran didalamnya, ketika seseorang melihat sebuah produk media komunikasi, hal tersebut akan sangat dapat mempengaruhi pandangan dan tindakan orang tersebut, seperti halnya pesan lisan dan isyarat, sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari komunikasi manusia. Karena pada hakikatnya media adalah

---

<sup>9</sup> Tabroni, Roni. 2012. Komunikasi Politik Pada Era Multimedia. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

<sup>10</sup> Susanto, Astrid. 1985. Komunikasi Sosial di Indonesia. Bandung: Bina Cipta.

<sup>11</sup> Suwardi, Harsono. 2004. Konstruksi Realitas Politik dalam Media. Jakarta: Granit.

perpanjangan lidah dan tangan guna memperluas dan meningkatkan kemampuan manusia untuk meluaskan struktur sosialnya.

Jadi dapat disimpulkan, opini public juga merupakan hasil kegiatan komunikasi politik itu sendiri. Didalamnya terdapat komunikasi politik yang dilakukan pemerintah akan berakibat pada opini publik yang berkembang di masyarakat mengenai apa yang telah dijalankan oleh pemerintah. Bagaimana pun opini publik yang berkembang di masyarakat menjadi pengaruh pada strategi penggunaan komunikasi politik oleh komunikator politik selanjutnya. Kemudian ketika opini dinyatakan secara terbuka kepada umum atau publik melalui media digital, maka akan menjadi opini publik yang aktual.

Seluruh penjabaran diatas tentunya menjadi penjelasan atas yang terjadi pada acara Mata Najwa, khususnya episode “#MataNajwaMenantiTerawan” yang besar kaitannya dengan opini publik yang mempengaruhi satu sama lain. Karena dalam keilmuan komunikasi politik sangat berperan dalam pembentukan sebuah kesadaran publik termasuk mahasiswa. Apalagi dengan dukungan media digital *mainstream* dan nama besar tokoh, maka opini ataupun kesadaran publik akan dengan mudah terbentuk. Berikut adalah contoh bagaimana publik memaknai episode “#MataNajwaMenantiTerawan” :



**Gambar 1. 1 Tangkapan Layar cuitan di Twitter**

*Sumber : Status Twitter @mazzini\_gsp*

Ninda Muflihuna Darmawanti, 2021

**ANALISIS RESEPSI ACARA MATA NAJWA EDISI #MataNajwaMenantiTerawan DALAM MEMBENTUK KESADARAN MAHASISWA TENTANG ISU PENANGANAN COVID-19 OLEH PEMERINTAH**  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Selanjutnya menilai dari polemik ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana khususnya mahasiswa di Bandung melakukan suatu penerimaan atas fenomena yang ada, bagaimana mereka memahami dan memaknai dari suatu peristiwa yang tersaji di depan mereka. Analisis resepsi ini memberikan sebuah makna atas pemahaman masyarakat terhadap teks media (baik cetak, elektronik, maupun media internet) dengan memahami bagaimana karakter teks media dibaca oleh khalayak secara umum.

Peneliti akan memfokuskan penelitiannya pada pengalaman khalayak menerima pesan dari teks media yang mereka saksikan, serta bagaimana makna diciptakan melalui pengalaman tersebut. Konsep utama dari analisis resepsi adalah bukan pada makna yang melekat pada teks media yang dikaji, melainkan makna yang diciptakan sebagai hasil dari interaksi teks media dan khalayak.<sup>12</sup>

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka, peneliti merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana penerimaan mahasiswa Bandung tentang program *Talkshow* Mata Najwa episode ”#MataNajwaMenantiTerawan” 28 September 2020?
- 2) Bagaimana kesadaran mahasiswa yang terbentuk mengenai penanganan Covid-19 oleh pemerintah melalui program *Talkshow* Mata Najwa episode “#MataNajwaMenantiTerawan” 28 September 2020?
- 3) Bagaimana mahasiswa Bandung memaknai sikap dari Menteri Kesehatan Terawan Putranto ketika tidak menghadiri undangan Najwa Shihab episode “#MataNajwaMenantiTerawan” 28 September 2020?
- 4) Bagaimana mahasiswa Bandung menilai sikap pemerintah dalam penanganan Pandemi Covid-19 ini dari sikap yang ditunjukkan oleh Menteri Kesehatan Terawan Putranto ketika tidak menghadiri undangan

---

<sup>12</sup> Stokes, John. 2006. *How To Do Media And Cultural Studies : Panduan Untuk Melaksanakan Penelitian Dalam Kajian Media Dan Budaya*. Benteng Pustaka: Yogyakarta

Najwa Shihab episode “#MataNajwaMenantiTerawan” 28 September 2020?

- 5) Bagaimanakah sikap (komunikasi digital) yang diharapkan mahasiswa Bandung kepada pemerintah ketika suatu fenomena terjadi?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk mengetahui penerimaan mahasiswa Bandung tentang program *Talkshow* Mata Najwa episode “#MataNajwaMenantiTerawan” 28 September 2020
- 2) Untuk mengetahui bagaimana kesadaran mahasiswa yang terbentuk mengenai penanganan Covid-19 oleh pemerintah melalui program *Talkshow* Mata Najwa episode “#MataNajwaMenantiTerawan” 28 September 2020
- 3) Untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Bandung memaknai sikap dari Menteri Kesehatan Terawan Putranto ketika tidak menghadiri undangan Najwa Shihab episode “#MataNajwaMenantiTerawan” 28 September 2020
- 4) Untuk mengetahui bagaimana penerimaan mahasiswa Bandung menilai sikap pemerintah dalam penanganan Pandemi Covid-19 ini dari sikap yang ditunjukkan oleh Menteri Kesehatan Terawan Putranto ketika tidak menghadiri undangan Najwa Shihab episode “#MataNajwaMenantiTerawan” 28 September 2020
- 5) Mengetahui gaya komunikasi digital yang diharapkan mahasiswa Bandung kepada pemerintah ketika suatu fenomena melanda

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian adalah suatu manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya suatu penelitian yang dilakukan. Dengan penelitian ini mempunyai dua macam manfaat, yaitu sebagai berikut:

#### 1.4.1 Manfaat Akademis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi konstruksi bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya bidang kajian hubungan dan interaksi masyarakat dalam merencanakan hubungan dan menjalankan arus informasi dari program Mata Najwa dapat diterima oleh masyarakat melalui tontonan yang bermanfaat, khususnya publik eksternal yaitu masyarakat.
- 2) Hasil penelitian ini dapat dipergunakan dan dikembangkan lebih jauh mengenai bagaimana penerimaan masyarakat dan bagaimana resepsi masyarakat menyikapi suatu tayangan program *Talkshow* dan bagaimana dampaknya yang dirasakan secara langsung oleh masyarakat.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Memberi informasi mengenai bagaimana analisis resepsi dari mahasiswa Bandung dalam menonton program acara Mata Najwa di Narasi TV.
- 2) Hasil ini diharapkan bisa memberikan gambaran yang jelas bahwa sejauh mana dampak informasi program acara Mata Najwa kepada mahasiswa Bandung dan Pemerintah Indonesia
- 3) Memberikan gambaran bagaimana gaya komunikasi digital yang diharapkan kepada Pemerintah ketika menyampaikan informasi.

### 1.5 Struktur Organisasi Penulisan Skripsi

Berlandaskan pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah UPI publikasi 2019 Sistematisa untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi tersusun dari bagian-bagian sebagai berikut:

#### 1.5.1 Bab I: Pendahuluan

Bab Pendahuluan ini menjadi bab pengenalan untuk penulisan karya ilmiah yang akan disusun. Struktur yang berisi didalam bab pendahuluan merupakan latar belakang, rumusan masalah, manfaat penelitian, dan

struktur organisasi skripsi jika dikutip mengikuti Evans, Gruba, Paltridge Zobel dan Starfield menurut Panduan Penulisan Karya Ilmiah UPI 2019.

### **1.5.2 Bab II: Kajian Pustaka**

Bab II berisi Kajian Pustaka yang berisikan rujukan-rujukan teori dan sumber valid lainnya yang menjadi pegangan selama meneliti.

### **1.5.3 Bab III: Metode Penelitian**

Metode Penelitian yang disimpan di bab III berisikan prosedural selama penelitian yang mengarahkan pembaca untuk mengetahui alur dan rancangan penelitian, mulai dari pendekatan penelitian yang digunakan, instrument, tahapan pengumpulan data saat terjun ke lapangan untuk melakukan penelitian hingga tahap analisa untuk penelitian yang dikerjakan hingga berbuah temuan dari penelitian yang dijalankan.

Untuk jenis penelitian kualitatif sendiri menurut Creswell (2011) yg dimuat di Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah UPI 2019, unsur-unsurnya merupakan Desain Penelitian, Partisipan dan tempat penelitian, Pengumpulan Data dan Analisis Data, kemudian bisa ditambahkan Esu Etik jika dibutuhkan.

### **1.5.4 Bab IV: Temuan dan Pembahasan**

Dalam Bab Temuan dan Pembahasan menyampaikan dua hal utama, yaitu Temuan Penelitian yang berisi hasil pengolahan dan analisis data, mengenai bentuknya sesuai dengan urutan rumusan masalah yang terdapat pada bagian awal tulisan penelitian, isi yang kedua yaitu Pembahasan Temuan Penelitian yaitu hal-hal yang menjawab pertanyaan dari penelitian yang sudah dirumuskan.

### **1.5.5 Bab V: Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi**

Bab terakhir dalam penulisan yaitu bab v berisikan simpulan, implikasi dan rekomendasi. Dan disajikan juga penafsiran dan pemaknaan

peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian tersebut. Terdapat dua alternative dalam cara penulisan simpulannya, dapat disajikan dengan per butir dan dapat juga disajikan dengan uraian paragraf.