

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini akan menggambarkan hubungan terpaan dari penyayangan acara talkshow Mata Najwa dan sikap politik yang ditunjukkan anak muda. Penelitian ini dilatarbelakangi hal-hal sebagai berikut. *Kesatu*, sebagai bentuk transparansi, media menjadi penyalur informasi segala hal yang berbau politik, termasuk tindakan korupsi, kelalaian tanggung jawab, penyalahgunaan wewenang, dan lain-lain (Iqbal, 2012, hlm 376). Sehingga banyak masyarakat terutama anak muda tidak lagi mempunyai kepercayaan pada pemerintah yang mengarah pada sikap menurunnya minat anak muda pada pemerintahan. Dilansir dari *merdeka.com* Lembaga Survei Indonesia atau LSI menyatakan bahwa di tahun 2012 hanya ada sekitar 21 persen generasi muda yang memiliki ketertarikan dengan politik (Christina dkk, 2015, hlm.14).

Berdasarkan data analisis penelitian dari Orb Media Network yang dilansir dari *Tempo.co* terkait tingkat kepedulian anak muda pada pemerintahan pada tahun 1980 hingga 2018 dengan 979 ribu responden, didapatkan fakta bahwa banyak anak muda yang memang menunjukkan kepedulian pada pemerintahan, akan tetapi mereka menolak untuk ikut berkontribusi pada praktik politik seperti memberikan suara pada saat pemilihan umum dan mereka cenderung mengadakan aksi sebagai bentuk protes pada pemerintahan di jalanan. Selaras dengan perkataan Aurangzeb sebelumnya, bahwa tindakan pemerintah yang dianggap tidak jelas dan transparan membuat kepercayaan anak muda pada instansi pemerintahan semakin rendah yang pada akhirnya berujung pada tindakan demonstrasi/aksi sebagai jalan terakhir yang diambil. Terkait sikap politik anak muda ini juga terdapat pada yaitu yang dilakukan oleh Institut Penelitian Sosial Ekonomi Universitas Sussex di UK, Penelitian yang dilakukan tahun 2011-2012 tersebut menyebutkan bahwa kategori orang berusia muda yang termasuk dalam kategori rentang usia 16 hingga 24 tahun, sebanyak 42,4% menyatakan tidak tertarik pada politik dan bila

dibandingkan dengan pemilih usia 45 hingga 54 tahun, anak muda yang berada di usia 16 hingga 24 tahun merasa tidak puas dengan demokrasi yang berjalan, dengan presentase sebanyak 52%. Rendahnya kecenderungan anak muda untuk memilih membuat mereka enggan untuk memberikan hak suaranya. Namun bila mereka memberikan hak suaranya pada pemilihan umum, hal tersebut dikarenakan mereka diharuskan untuk memilih (Wagner, 2012, hlm 373). Dengan kata lain mereka memilih dengan sekadarnya, tanpa memiliki pertimbangan tersendiri saat memberikan suara dalam pemilihan. Dilansir dari [mediaindonesia.com](http://mediaindonesia.com) dalam penelitian terbaru, yaitu pada tahun 2018 yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Alvara, didapatkan data bahwa hanya sebesar 22% generasi muda yang menyukai pemberitaan politik, dan sisanya yang termasuk dalam usia 21 hingga 35 tahun sebanyak 78% lebih memilih untuk mengikuti pemberitaan terkait gaya hidup, teknologi, musik, dan film. Ada banyak hal yang menyebabkan anak muda kurang tertarik dengan politik, seperti yang didapatkan dari hasil Pusat Penelitian Alvara tersebut bahwa politik dinilai sebagai suatu topik yang kaku dan membuat mereka bosan. Selain itu, dilansir dari [merdeka.com](http://merdeka.com) para anak muda juga menilai bahwa politik itu ‘kotor’ sehingga mereka memilih untuk tidak terlibat; terlalu banyak pencitraan yang dilakukan para pelaku politik membuat para anak muda enggan terlibat dalam politik. Hal ini dikarenakan mereka lebih memilih untuk mendukung pemimpin yang memang mengerti teknologi dan memahami dengan betul keinginan rakyat.

Dalam pelaksanaannya, hubungan politik dapat terjadi bila adanya kepentingan dan tujuan yang ingin dicapai yang sama di antara manusia di dalamnya (Wanma, 2015, hlm 1). Oleh karena itu, setiap proses politik yang berlangsung baik itu dalam bentuk maupun intensitasnya tidak dapat dihindari oleh warga negara, atau dengan kata lain dalam kehidupan sehari-hari setiap warga negara akan dihadapkan pada proses politik, suka atau tidak suka. Sebagai negara demokrasi, segala pelaksanaan kekuasaan negara didasarkan pada kehendak rakyat. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945 khususnya pada pasal 1 ayat 2 seperti yang dilansir dari [dpr.go.id](http://dpr.go.id) dimana dalam beres *“Kedaulatan Negara berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar”*. Dengan kata lain rakyat harus selalu dilibatkan atau diikutsertakan dalam penentuan arah kebijakan politik sebagai bentuk pengakuan negara pada kedaulatan rakyat. Menurunnya minat anak muda terhadap politik tentu berpengaruh pada

penurunan kualitas dan kuantitas partisipasi politik warga negara. Bila permasalahan ini tetap dibiarkan tanpa ada langkah penyelesaian tertentu, ini dapat dianggap berlawanan atau antitesis dari reformasi yang bercita-cita untuk melaksanakan kekuasaan negara bagi kepentingan rakyat (Wanma, 2015, hlm 3).

**Kedua**, konsep baru dalam penyampaian berita yang dinamakan *talkshow* menarik minat banyak orang untuk menonton. Pada awal kemunculannya program talkshow ditayangkan di media televisi. Televisi sebagai media massa yang sudah ada sejak lama dan dekat dengan kehidupan keseharian masyarakat. Ada berbagai jenis informasi yang disajikan oleh televisi, seperti informasi mengenai anak, *entertainment* atau hiburan, wisata, makanan, *fashion*, dan lain-lain. Televisi menjadi patokan untuk menjadi sumber informasi politik (Kaze, 1981, hlm 507). Dengan memaksimalkan televisi sebagai sumber informasi, televisi juga dapat berpotensi meningkatkan perubahan sikap audiens yang menontonnya. Salah satu jenis informasi penting yang bisa didapatkan melalui televisi yaitu informasi berita.

Program talk show dengan konsep mendatangkan beberapa narasumber ahli untuk berdiskusi dianggap dapat menarik masyarakat untuk menonton (Bruun, 2017, hlm 243). Program talk show dinilai sebagai sarana meningkatkan pengetahuan terutama di bidang politik. Pengetahuan politik dapat bermakna sebagai suatu akses informasi mengenai tindakan pemerintahan, jabatan politisi, dan sebagainya (Shaker, 2009, hlm 820). Pengetahuan politik bisa didapatkan seseorang dengan cara memproduksi sendiri berita, atau bisa juga melalui penerimaan dan pemrosesan informasi melalui beberapa media di waktu-waktu tertentu, misalnya saat sedang terjadi pemilihan umum (Jenssen, 2009, hlm 2). Sebuah kasus atau isu yang dibahas dalam talk show dikupas tuntas dengan menyediakan pandangan yang berbeda dari tiap narasumber yang dihadirkan, sehingga masyarakat bisa menginterpretasi sendiri makna isu yang sedang dibahas dan kemudian terbentuknya pandangan atau persepsi politik tiap individu. Melalui program talk show masyarakat memiliki kesempatan untuk membentuk pandangan politiknya sendiri dengan cara mendengarkan berbagai pendapat yang berbeda juga dapat memberikan informasi mengenai pihak mana saja yang terlibat di balik isu-isu pemerintahan yang sedang terjadi (Harmer, 2005, hlm 1).

Tak hanya pengetahuan yang dapat meningkat dengan dipengaruhi oleh menonton acara talk show berita, sikap, partisipasi politik dan rasa kewarganegaraan juga ikut meningkat. Dampak media bisa saja relevan dengan perubahan sikap hanya saat hal tersebut berkaitan dengan individu itu sendiri yang berada dalam kebingungan dan bersikap tidak teguh (George, 1983, hlm 487). Banyak peneliti yang sepakat bahwa antara pengetahuan politik, partisipasi politik dan keterlibatan masyarakat saling terkait satu sama lain (Mushtaq dkk, 2015, hlm 46). Ketika masyarakat sudah memiliki pengetahuan yang besar mengenai politik, maka akan dengan sendirinya secara sadar ikut berpartisipasi dalam aktivitas politik. Aktivitas politik yang paling sering dijadikan indikator oleh banyak penelitian adalah *voting* atau pemberian hak suara. Sehingga dengan melakukan *voting* tersebut, masyarakat juga turut terlibat dalam demokrasi, termasuk para anak muda. Melalui berita politik terkait kampanye *voting* yang turut disiarkan, masyarakat yang memberikan suara mampu mendapatkan informasi terkait isu-isu penting dan dengan demikian mendorong pada partisipasi politik (Chang, 2017, hlm 387). Penggunaan media juga dapat meningkatkan kepercayaan, keterkaitan dan pengetahuan pada politik baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Akan tetapi tidak semua lapisan masyarakat merasa lebih tertarik dengan talk show berita dibandingkan acara berita biasanya. Golongan anak mudalah yang lebih tertarik dengan program yang berbentuk talk show (Mushtaq dkk, 2015, hlm 46). Hal ini dikarenakan mereka masih ada di usia-usia muda dan masih mencari-cari informasi mengenai politik dan masih belum secara mandiri memiliki persepsinya sendiri terkait politik. Berbeda halnya dengan orang dewasa yang cenderung konsisten dalam persepsi dan gagasan politiknya. Di Indonesia sendiri, program talk show seringkali dibahas oleh masyarakat. Hal ini mengarah pada kualitas program talk show tersebut. Berdasarkan survei yang dilakukan mengenai indikator kualitas dari program yang disiarkan di televisi oleh Komisi Penyiaran Indonesia atau KPI di tahun 2018, ada empat program siaran yang memiliki *score* atau nilai di atas rata-rata yaitu Program Wisata Budaya, Program Talk Show, Program Religi, dan Program Berita. Standar nilai yang ditetapkan oleh KPI yaitu 3,00. Untuk program Wisata Budaya, program ini memperoleh nilai sebesar 3,33. Kemudian ada Program Talk Show memperoleh nilai sebesar 3,22. Lalu diikuti oleh Program Religi dan Program Berita masing-masing memperoleh nilai sebesar 3,15 dan

3,04. Khusus untuk program talkshow politik, di Indonesia ada sebanyak 5 macam program. Kelima program talkshow politik tersebut memiliki peringkatnya sendiri menurut hasil perhitungan survei berskala nasional pada 24 hingga 30 Januari 2020 oleh Lembaga Survei *Cyrus Network* yang dilansir dari *tirto.id* dimana program talkshow Mata Najwa mendapat perolehan rating sebesar 24 persen, diikuti oleh ILC dengan rating sebesar 20 persen dan untuk ketiga program lainnya seperti Rossi dan Aiman di KompasTV, dan E-Talkshow di TvOne mendapat perolehan rating yang sama yaitu sebesar 5 persen. Mata Najwa menjadi salah satu acara politik yang sudah lama disiarkan di Indonesia. Program ini telah ada sejak November 2009 dan dibawakan oleh seorang jurnalis terkenal bernama Najwa Shihab. Pada awal kemunculannya, program talk show ini tidak menarik banyak minat masyarakat untuk menonton. Namun seiring berjalannya waktu, semakin banyak isu-isu Negara yang dibahas, semakin banyak pula masyarakat yang tertarik untuk menonton. Hal ini dibuktikan dengan diraihnya penghargaan dari *Indonesian Choice Awards* oleh Mata Najwa sebagai *TV Program of the Year* pada tahun 2018.

**Ketiga**, saat ini banyak program informatif berkaitan dengan isu politik yang ditayangkan di media televisi juga ditayangkan di platform video online yang memanfaatkan internet. Pemberitaan yang bersifat faktual, akurat, dan terbaru membuat berita menjadi informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Mengakses berita untuk menggali informasi baru melalui media sosial dan platform berita online juga memiliki kecenderungan dapat meningkatkan partisipasi politik seseorang (Adegbola, 2019, hlm 1231). Meskipun program Mata Najwa yang disiarkan di televisi berhasil mengumpulkan publik dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh mereka, persaingan yang ketat dan juga pengaruh kemajuan teknologi berdampak pada keberlangsungan media televisi itu sendiri. Nugroho menyebutkan perkembangan yang terjadi pada industri media tidak jauh berasal dari pengaruh teknologi yang semakin berkembang, pergerakan pasar, dan para pemilik media yang berkuasa (Hartanti, 2015, hlm 38). Salah satu bentuk perkembangan teknologi tersebut adalah adanya internet. Internet merupakan seperangkat *router* dan protokol yang memungkinkan interkoneksi ke jaringan yang lebih luas yang dapat menghubungkan pengguna, praktik sosial, dan keterampilan (Abbate, 2017, hlm 1). Internet saat ini sangat memudahkan orang yang baru menggunakannya, tidak perlu untuk

mempelajari bagaimana internet bekerja dan berasal darimana internet itu (Pallen, 1995 : 1422). Hal inilah yang membuat masyarakat kemudian mencoba ‘mendalami’ segala fitur yang difasilitasi dengan internet seperti platform blog, media sosial, dan platform video.

Youtube merupakan salah satu platform video, dimana masyarakat yang mengaksesnya dapat melihat tontonan sesuai dengan kebutuhan mereka dan tidak terbatas pada waktu penayangannya. Youtube juga memberikan contoh bagaimana teknologi komunikasi yang berbasis internet telah dan sedang digunakan untuk meningkatkan jangkauan penyampaian pesan penting dari media massa tradisional (Ricke, 2014, hlm 2). Sebuah penelitian dari lembaga survei Niel Son Co menyebutkan bahwa diantara responden usia 18 hingga 34 tahun meningkat lebih dari 25 persen yang menggunakan telepon pintar, tablet, atau perangkat lainnya yang terhubung dengan platform video, sedangkan untuk jumlah penonton televisi mengalami penurunan 10 persen berubah hingga menjadi sebanyak 8,4 juta orang penonton per menitnya. Data ini menggambarkan bagaimana bergesernya minat para penonton muda dari televisi ke platform video yang menggunakan internet seperti Youtube maupun media streaming lainnya. Demi memuaskan keinginan audiens, media televisi memanfaatkan internet, sebagai sarana yang tersedia dari adanya perkembangan teknologi, untuk menjaga audiens agar tidak berpindah ke program maupun media lain (Abbate, 2017, hlm 3). Hal ini juga yang dilakukan oleh Mata Najwa dengan membuka kanal di platform video Youtube dengan berisikan konten video yang sebelumnya ditayangkan di televisi maupun video yang dibuat secara mandiri oleh tim Mata Najwa dan hanya ditayangkan di kanal Youtube tersebut.

Riset atau penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya oleh Al-Kandari dan Hasanen (2012); Mushtaq dan Baig (2015); Adegbola dan Gearhart (2019); Bode, dkk, 2014) dengan pendekatan penelitian kuantitatif berupaya memperoleh informasi terkait penggunaan media baik itu media tradisional seperti televisi, radio, dan koran maupun media baru/online seperti Facebook, Blog, Website, Youtube, dan lain-lain dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi orang yang menontonnya bila dilihat dari perspektif politik. Perspektif politik yang dimaksud dalam penelitian-penelitian terdahulu

ini adalah “sikap”, bagaimana dan apa yang mendorong sikap politik penonton ketika menyaksikan program dan terpapar oleh media.

Hasil yang didapatkan dari penelitian terdahulu pun serupa, yaitu terpapar oleh media dapat memberikan efek atau pengaruh yang relevan terhadap sikap politik. Namun, ada beberapa hal yang membedakan penelitian satu dengan penelitian lainnya. Al-Kandari dan Hasanen (2012, hlm. 252) menunjukkan data hasil penelitian bahwa penggunaan atau paparan media internet dapat berdampak positif dan negatif pada keberhasilan pemaknaan politik bergantung pada tujuan dari penggunaannya, untuk alasan mendapatkan informasi, mengekspresikan diri, atau tujuan lainnya. Sementara Mushtaq dan Baig (2015, hlm. 50) menunjukkan bahwa usia dan jenis kelamin dari orang-orang yang terpapar media sangat berperan penting dalam melihat bagaimana paparan media yang mempengaruhi sikap politik mereka. Adegbola dan Gearhart (2019, hlm. 1239) menunjukkan data bahwa semakin dekat seseorang dengan media dalam mencari informasi yang dibutuhkan semakin tinggi kesempatan media tersebut mempengaruhi sikap politiknya. Seperti halnya anak muda yang sangat dekat dengan media online lebih mudah terpengaruh. Sementara Bode dkk. menunjukkan hasil bahwa tidak semua jenis media dapat mempengaruhi pengguna atau penontonnya secara efektif khususnya di kalangan anak muda. Media-media yang dapat mempengaruhi anak muda secara efektif yaitu pencarian informasi berita melalui televisi, penggunaan blog, dan media sosial.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana terpaan tayangan program talkshow di televisi dapat mendorong peningkatan sikap politik masyarakat khususnya anak muda di Indonesia. Hal ini dilakukan karena peran anak muda sangat dibutuhkan dalam pembangunan negara dan kelancaran pelaksanaan demokrasi. Anak muda sebagai bagian dari masyarakat dianggap mampu membawa negara ini kearah perubahan yang lebih baik dengan cara memiliki pengetahuan politik yang cukup sehingga dapat berperan serta dalam aktivitas politik. Penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan hasil analisis mengenai bagaimana besarnya pengaruh yang ditimbulkan dari terpaan tayangan program talkshow pada sikap politik audiens dengan memperhatikan beberapa faktor.

Penelitian yang dilaksanakan peneliti berupaya untuk menganalisis korelasi dari perspektif lain dalam penggunaan media dalam mendapatkan informasi, yaitu pengaruh tayangan dari program berita dengan penyajian berupa *talkshow* terhadap sikap politik penontonnya dalam hal ini dikhususkan anak muda berusia 17 hingga 24 tahun.

Berdasarkan penjelasan penelitian terdahulu, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian-penelitian tersebut tidak dispesifikasikan atau dikerucutkan jenis paparan medianya seperti apa. Berangkat dari hal ini, terdapat celah penelitian yang dapat diangkat. Meskipun penggunaan media menjadi dimensi yang berpengaruh pada anak muda, pengaruh tersebut tidak hanya berasal dari penggunaan saja yang memang disadari dan dilakukan secara sengaja oleh anak muda, namun dalam kaitannya dengan media sosial, pengaruh dapat diterima karena terkena paparan atau *exposure* dari konten atau program yang ditayangkan di media khususnya media sosial seperti Youtube.

Penelitian ini hendak dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei atau persebaran angket guna mengetahui tanggapan peneliti dari pertanyaan-pertanyaan yang sudah disediakan seperti yang dipaparkan oleh Suryadi dkk. (2019, hlm. 177) bahwa penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dalam menganalisis pengetahuan, perasaan, dan perilaku entitas populasi secara objektif. Survei yang akan dipakai berbentuk deskriptif dengan menggambarkan atau menjabarkan analisis sebuah fenomena atau fakta. Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas membuat peneliti termotivasi untuk melakukan sebuah riset skripsi dengan judul “PENGARUH TERPAAN TAYANGAN TALKSHOW MATA NAJWA TERHADAP SIKAP POLITIK ANAK MUDA (Studi deskriptif korelasi pada penonton tayangan talkshow Mata Najwa di Youtube episode ‘Ujian Reformasi : Perlawanan Mahasiswa’”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Perumusan masalah yang didasarkan pada penjelasan sebelumnya terkait latar belakang penelitian menghasilkan beberapa poin utama berikut.

1.2.1 Bagaimana besarnya pengaruh pengenalan tayangan talkshow Mata Najwa terhadap sikap politik anak muda?



- 1.2.2 Bagaimana besarnya pengaruh ingatan tayangan talkshow Mata Najwa terhadap sikap politik anak muda?
- 1.2.3 Bagaimana besarnya pengaruh perhatian tayangan talkshow Mata Najwa terhadap sikap politik anak muda?
- 1.2.4 Bagaimana besarnya pengaruh keterikatan tayangan talkshow Mata Najwa terhadap sikap politik?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari hasil perumusan masalah yang disebutkan di atas, maka tujuan utama dari dilakukannya penelitian ini yaitu :

- 1.3.1 Menganalisis tingkat pengaruh pengenalan tayangan talkshow Mata Najwa terhadap sikap politik anak muda
- 1.3.2 Menganalisis tingkat pengaruh ingatan tayangan talkshow Mata Najwa terhadap sikap politik anak muda
- 1.3.3 Menganalisis tingkat pengaruh perhatian tayangan talkshow Mata Najwa terhadap sikap politik anak muda
- 1.3.4 Menganalisis tingkat pengaruh keterikatan tayangan talkshow Mata Najwa terhadap sikap politik anak muda

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Sisi Teoretis**

Berdasarkan sisi teori peneliti berharap adanya perubahan kearah yang positif dari hasil penelitian ini, seperti menghasilkan pemikiran-pemikiran yang dapat memperkuat kaitannya dengan teori yang sudah ada sebelumnya, serta dapat menjadi panduan untuk penelitian lainnya yang sejenis dalam ranah Ilmu Komunikasi khususnya Komunikasi Politik.

#### **1.4.2 Manfaat Sisi Praktis**

Secara praktiknya, penelitian yang dilakukan ini dapat memiliki beberapa manfaat di antaranya:

#### **1.4.2.1 Bagi Pemerintah**

Penelitian ini dapat menjadi sebuah penyedia data mengenai program talkshow dan pengaruhnya pada penonton agar pemerintah khususnya Kementerian Komunikasi dan Informasi dapat mengetahui jenis program televisi yang bisa mengedukasi masyarakat terkait pengetahuan politik.

#### **1.4.2.2 Bagi Media**

Penelitian ini bisa menjadi latar belakang mengapa media harus menyajikan program televisi yang mendidik masyarakat mengenai pengetahuan politik, sehingga program televisi tidak hanya menghibur namun juga meningkatkan pengetahuan masyarakat

#### **1.4.2.3 Bagi Penulis**

Penelitian ini mampu memberikan wawasan tambahan dan pengalaman secara langsung mengenai program talkshow dan pengaruhnya pada penonton khususnya anak muda.

#### **1.4.2.4 Bagi Penelitian Selanjutnya**

Penelitian ini dimaksudkan agar mampu menyampaikan saran dan masukan pada siapapun yang membaca dan menjadi materi rujukan dalam penelitian sejenis selanjutnya.

### **1.4.3 Manfaat Segi Kebijakan**

Bagi pemerintah pusat seperti Kominfo, diharapkan untuk memperhatikan kualitas tontonton yang ditayangkan di media-media. Bila perlu program sejenis Mata Najwa, yang menyajikan konten diskusi politik lebih digalakkan lagi agar informasi berita tidak hanya didapatkan melalui acara berita saja, tetapi didapatkan juga melalui diskusi-diskusi dengan narasumber yang kredibel. Khusus bagi penyelenggara program Mata Najwa, dalam penyajian program diharapkan dapat lebih memperhatikan esensi sebenarnya dari sebuah diskusi yaitu mendapatkan sebuah solusi atau jalan

keluar dari suatu permasalahan, sehingga tidak hanya perdebatan sengit saja yang ditonjolkan.

#### **1.4.4 Manfaat Segi Isu dan Aksi Sosial**

Bagi masyarakat secara luas, khususnya anak muda diharapkan dapat secara kritis menanggapi isu-isu politik seperti yang biasa disajikan dalam tayangan talkshow Mata Najwa. Meskipun banyak anggapan dari anak muda bahwa sistem demokrasi Indonesia sangat buruk, tetapi peran generasi muda sangat dibutuhkan untuk kemajuan yang lebih baik lagi

### **1.5 Struktur Organisasi Skripsi**

Penulisan dalam skripsi ini dilakukan penyusunan pada hasil yang didapat di penelitian ini dengan cara terstruktur dan terperinci sesuai dengan standar aturan penyusunan karya ilmiah. Penelitian yang disusun akan dijelaskan pada poin-poin berikut.

#### **Bab I : Pendahuluan**

Penulisan dalam bab ini menguraikan pendahuluan sebagai bagian yang mengawali penelitian ini. Pada pendahuluan, bab ini menjelaskan beberapa sub bab seperti latar belakang dalam penelitian, rumusan masalah dalam penelitian, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat dari dilakukannya penelitian, dan struktur yang terdapat pada penulisan skripsi.

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

Penulisan dalam bab ini menguraikan pustaka atau landasan teori yang dikaji sesuai dengan fokus penelitian. Dalam bab ini juga disertakan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan topik penelitian yang serupa, kerangka berpikir dari penelitian ini, dan hipotesis.

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

Penulisan dalam bab ini menguraikan metode-metode yang dilakukan peneliti dalam menyusun penelitian, seperti bagaimana desain penelitian, siapa partisipan dalam penelitian, populasi dan sampel yang dilibatkan dalam penelitian, instrumen penelitian,

operasionalisasi variabel penelitian, instrumen yang diuji, beberapa prosedur penelitian hingga teknik dalam menganalisis data yang didapatkan.

#### **Bab IV : Hasil dan Pembahasan**

Penulisan dalam bab ini menjabarkan hasil yang didapatkan serta membahasnya dengan rinci. Hasil penelitian yang didapat oleh peneliti berkaitan dengan pengaruh terpaan tayangan talkshow Mata Najwa terhadap sikap politik anak muda. Sehingga pembahasan yang dilakukan pun berguna sebagai jawaban atas pertanyaan yang mengawali penelitian ini.

#### **Bab V : Simpulan, Implikasi, dan Saran**

Penulisan dalam bab ini berupa penutupan atau akhir dari rangkaian proses penyusunan skripsi. Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan pada bab sebelumnya, juga implikasi atau kaitannya secara praktis di lapangan atau dalam penelitian ini implikasi berperan sebagai penguat teori-teori yang ada sebelumnya, kemudian memberikan saran kepada pihak terkait berdasarkan poin-poin penting dari simpulan.