

Pengaruh Program Mata Najwa Episode “Vaksin Siapa Takut” di Trans7 terhadap Sikap Masyarakat

Oka Yulad Alamsyah, Riyanto Cawas
Prodi Broadcasting, Fakultas Ilmu Komunikasi
STIKOM InterStudi
Jakarta, Indonesia
okayulad01@gmail.com, riyantocawas67@gmail.com

Abstract—The effect of mass communication on a television broadcast program is an important part, it is determined because it is not successful or not a communication process. A television broadcast program can produce effects that are felt directly by the audience. As well as the effect that was felt directly by the public after watching the Mata Najwa talk show program on Trans7. The theory used in this study is the uses and gratifications theory, and the concept used to measure television broadcast programs from Morissan and the concept used to measure public attitudes from Azwar. This research was conducted using a quantitative approach in Kampung Bulak Baru, Jalan Taruna Dalam, RT. 01 / RW 03, Pulogadung, East Jakarta with a total sample of 69 respondents, obtained by purposive sampling technique. The results showed that the television broadcast program "Mata Najwa" Trans7 had a positive and significant effect on public attitudes towards the Covid-19 vaccine. This means that the better the Trans7 "Mata Najwa" Television Broadcast Program, the better the public's attitude towards the Covid-19 vaccine will be. The magnitude of the influence of the Trans7 "Mata Najwa" Television Program on Public Attitudes on the Covid-19 vaccine was obtained a value of 23.3%, and the remaining 76.7% was influenced by other factors, and this research does not contradict the preliminary research and supports it.

Keywords—Television Broadcasting Program, Community Attitude, Covid-19 Vaccine, Mata Najwa.

Abstrak—Efek komunikasi massa terhadap sebuah program siaran televisi merupakan bagian penting, hal tersebut dikarenakan menentukan berhasil atau tidaknya sebuah proses komunikasi. Sebuah program siaran televisi dapat menghasilkan effect yang dirasakan langsung oleh khalayak. Seperti halnya effect yang dirasakan langsung oleh masyarakat setelah menyaksikan program talkshow Mata Najwa di Trans7. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uses and gratifications theory, dan konsep yang digunakan untuk mengukur program siaran televisi dari Morissan serta konsep yang digunakan untuk mengukur sikap masyarakat dari Azwar. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif yang dilakukan di Kampung Bulak Baru Jalan Taruna Dalam, RT. 01 / RW 03, Pulogadung, Jakarta Timur dengan jumlah sampel sebanyak 69 responden, yang diperoleh dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program siaran televisi "Mata Najwa" Trans7 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap Masyarakat pada vaksin Covid-19. Hal tersebut memiliki arti jika semakin baik Program Siaran Televisi "Mata Najwa" Trans7 maka semakin baik pula sikap

masyarakat pada vaksin Covid-19. Adapun besaran pengaruh Program Siaran Televisi "Mata Najwa" Trans7 terhadap Sikap Masyarakat pada vaksin Covid-19 diperoleh nilai sebesar 23.3%, dan sisanya sebesar 76.7% dipengaruhi faktor lain, dan penelitian ini tidak bertentangan dengan penelitian pendahulu serta bersifat mendukung.

Kata Kunci—Program Siaran Televisi, Sikap Masyarakat, Mata Najwa, Vaksin Covid-19.

I. PENDAHULUAN

Salah satu media komunikasi yang memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat sekarang ini ialah media televisi, hal tersebut dikarenakan komunikasi adalah “proses penyampaian kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan, maupun tak langsung melalui media”. (Effendy, 2013:5). Secara umum program siaran televisi terbagi dua bagian, yaitu program hiburan populer disebut infotainment dan informasi disebut program berita. Program informasi yaitu program yang terikat nilai aktualitas dan faktualitas, pendekatan informasinya menekankan kaidah jurnalistik. (Rusman Latif, 2015:5)

Satu yang menarik perhatian dari program Trans7 adalah program talkshow Mata Najwa dengan tayang setiap hari Rabu pukul 20.00 hingga 21.30 WIB. Mata Najwa merupakan program talkshow yang menganalisa dan membedah peristiwa terkini dan juga program gelar wicara yang dipandu jurnalis senior Najwa Shihab. Program Mata Najwa konsisten menghadirkan topik menarik mengenai peristiwa terkini yang hangat di perbincangkan media.

Tema yang diangkat dalam Program Mata Najwa Trans7 yaitu “Vaksin Siapa Takut”. Narasumber yang dihadirkan dalam program tersebut tokoh-tokoh yang sudah melakukan vaksin Covid-19. Vaksin Covid-19 merupakan upaya untuk menekan angka kasus Covid-19 yang kian meningkat yang disediakan pemerintah. Indonesia negara berpenduduk terbesar keempat dunia memulai program vaksinasi Covid-19 sejak pertengahan Januari 2021. Meski demikian, banyak masyarakat menolak program vaksinasi tersebut.

Uraian sikap penolakan masyarakat terhadap vaksinasi menarik perhatian untuk dianalisa dan dibahas secara jelas terkait pengaruh Program TV Mata Najwa “Vaksin Siapa Takut” Trans7 terhadap sikap masyarakat pada vaksin

Covid-19. Hal tersebut dilandasi pandangan Sumarwan (2011:147) yang menyatakan bahwa program siaran televisi dapat menghasilkan effect yang dirasakan langsung khalayak. Seperti halnya effect yang dirasakan langsung masyarakat setelah menyaksikan talkshow Mata Najwa Trans 7.

Peneliti memilih Masyarakat Kampung Bulak Baru Jalan Taruna Dalam, RT01/RW03, Pulogadung, Jakarta Timur sebagai subjek penelitian. Karena berdasarkan observasi yang dilakukan, masyarakat cenderung menolak pemberian vaksin Covid 19 yang diberikan oleh pemerintah guna mencegah penyebaran virus. Selain itu masyarakat juga menonton tayangan Mata Najwa Trans7, bahkan menjadikan acara tersebut sebagai acara favorit dan media informasi untuk mengetahui vaksin Covid 19.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis merumuskan masalah dalam hal ini: (1) Apakah Program TV Mata Najwa "Vaksin Siapa Takut" Trans7 berpengaruh terhadap sikap masyarakat pada vaksin Covid-19 di Kampung Bulak Baru, Pulogadung, Jakarta Timur? (2) Seberapa besar pengaruh Program TV Mata Najwa "Vaksin Siapa Takut" Trans7 terhadap sikap masyarakat pada vaksin Covid-19 di Kampung Bulak, Pulogadung, Jakarta Timur?

Mengacu pada rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Program TV Mata Najwa "Vaksin Siapa Takut" Trans7 terhadap sikap masyarakat pada vaksin Covid-19 di Kampung Bulak Baru Jalan Taruna Dalam, RT. 01 / RW 03, Pulogadung, Jakarta Timur.

II. METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini metode eksplanatif. (Kriyantono, 2012:68). Dalam penelitian eksplanatif, peneliti menghubungkan sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang diteliti.

Jenis penelitian kuantitatif, bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa atau kejadian yang sedang berlangsung pada saat penelitian tanpa menghiraukan sebelum dan sesudahnya. Kuantitatif adalah cara pendekatan yang memungkinkan dilakukan pencatatan dan analisis data hasil penelitian dan menganalisis datanya menggunakan statistik (Sugiyono, 2015:124)

Populasi dalam penelitian ini masyarakat Kampung Bulak Baru Jalan Taruna Dalam, RT01/RW03, Pulogadung, Jakarta Timur yang berumur 15 sampai 60 tahun dan yang menyaksikan Program Siaran Mata Najwa "Vaksin Siapa Takut" Di Trans7 sebanyak 221 orang.

Sampel adalah bagian dari populasi yang dapat menggambarkan sifat populasi atau bagian yang menjadi objek penelitian. (Rakhmat, 2013:78). Berdasarkan rumus Yamane (Rakhmat, 2013:83), ukuran sampel minimal dapat diketahui menggunakan perhitungan berikut :

$$n = \frac{N}{(N.d^2) + 1}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

d : Nilai Presisi

(Ditentukan dalam contoh ini sebesar 90% atau $a = 0,1$)

$$n = \frac{221}{(221 \times 1^2) + 1}$$

$$n = 68,84$$

$$n = 69$$

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebesar 69 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dan teknik yang digunakan adalah purposive sampling. Menurut Sugiyono (2015:57), purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan dalam penelitian ini yaitu: masyarakat Kampung Bulak Baru Jalan Taruna Dalam, RT. 01 / RW 03, Pulogadung, Jakarta Timur yang berumur 15 sampai 60 tahun dan menyaksikan Program Siaran Mata Najwa episode "Vaksin Siapa Takut" di Trans7.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, yaitu :

1. Kuisioner sebagai data primer, merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang yang bersedia memberikan respons sesuai dengan permintaan. Tujuan penyebaran angket untuk mencari informasi lengkap mengenai masalah dan responden tanpa khawatir bila responden memberikan jawaban tidak sesuai kenyataan dalam daftar pertanyaan. (Riduwan, 2014:71) Menurut Sugiyono (2015:75) data setiap instrument menggunakan skala Likert dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, berupa kata-kata untuk keperluan analisa kuantitatif, maka jawabannya dapat diberi skor, :

Sangat Setuju	skor 5
Setuju	skor 4
Ragu-ragu	skor 3
Tidak setuju	skor 2
Sangat tidak setuju	skor 1
2. Studi Kepustakaan sebagai data sekunder, berupa dokumen berisi informasi yang berhubungan permasalahan penelitian. Studi kepustakaan merupakan cara untuk mengumpulkan data-data dari buku referensi yang dijadikan pertimbangan pemecah masalah. (Kuncoro, 2013:28)

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Hasil penelitian yang terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah program siaran televisi Mata Najwa Trans7 (X) sedangkan variabel terikatnya adalah Sikap Masyarakat pada Vaksin Covid-19 di Kampung Bulak Baru Jalan Taruna Dalam. Dari penyebaran kuesioner yang telah disebar di wilayah penelitian, diperoleh pernyataan variabel bebas sebanyak 11 butir pernyataan, sedangkan jumlah pernyataan variabel

terikat sebanyak 9 butir pernyataan. Kuesioner disebarikan sebanyak 69 lembar kuesioner yang diberikan kepada 69 orang responden sebagai sampel dengan menggunakan non-probability sampling dan teknik yang digunakan adalah purposive sampling.

A. Hasil Uji Validitas

Nilai-nilai validitas instrumen variabel, sajikan dalam tabel tabel 1 sebagai berikut:

TABEL 1. HASIL UJI VALIDITAS

No	Butir Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Program siaran televisi Mata Najwa Trans7 ()				
1	Pernyataan 1	0.577	0.235	Valid
2	Pernyataan 2	0.516	0.235	Valid
3	Pernyataan 3	0.541	0.235	Valid
4	Pernyataan 4	0.431	0.235	Valid
5	Pernyataan 5	0.400	0.235	Valid
6	Pernyataan 6	0.392	0.235	Valid
7	Pernyataan 7	0.439	0.235	Valid
8	Pernyataan 8	0.689	0.235	Valid
9	Pernyataan 9	0.644	0.235	Valid
10	Pernyataan 10	0.704	0.235	Valid
11	Pernyataan 11	0.583	0.235	Valid
Sikap Masyarakat pada Vaksin Covid-19 (Y)				
1	Pernyataan 1	0.335	0.235	Valid
2	Pernyataan 2	0.524	0.235	Valid
3	Pernyataan 3	0.585	0.235	Valid
4	Pernyataan 4	0.439	0.235	Valid
5	Pernyataan 5	0.571	0.235	Valid
6	Pernyataan 6	0.443	0.235	Valid
7	Pernyataan 7	0.574	0.235	Valid
8	Pernyataan 8	0.627	0.235	Valid
9	Pernyataan 9	0.539	0.235	Valid

B. Hasil Uji Reliabilitas

TABEL 2. HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Item Pernyataan	Keputusan
Program siaran televisi Mata Najwa Trans7 ()	0.854	11	Reliabel
Sikap Masyarakat pada Vaksin Covid-19 (Y)	0.805	9	Reliabel

C. Analisis Koefisien Korelasi

TABEL 3. NILAI KOEFISIEN KORELASI

		Program Siaran Mata Najwa	Sikap Masyarakat
Program Siaran Mata Najwa	Pearson Correlation	1	.483**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	69	69
Sikap Masyarakat	Pearson Correlation	.483**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	69	69

**Correlation is significant at the .01 level (2-tailed).

TABEL 4. INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,8 – 1,000	Sangat Kuat
0,6 – 0,799	Kuat
0,4 – 0,599	Cukup Kuat
0,2 – 0,399	Rendah
0,0 – 0,199	Sangat Rendah

SUMBER : (SUGIYONO, 2015:216)

D. Analisis Regresi Linier Sederhana

TABEL 5. HASIL ANALIS REGRESI LINIER SEDERHANA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	11.283	5.132		.031
1 Program Siaran Mata Najwa	.480	.106	.483	.000

E. Determinasi

TABEL 6. HASIL ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.483 ^a	.233	.222	3.02285

a. Predictors: (Constant), Program Siaran Mata Najwa

F. Tes Hipotesis

TABEL 7. NILAI T HITUNG

Model	t	Sig.
(Constant)	2.199	.031
1 Program Siaran Mata Najwa	4.511	.000

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} = 4.511$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

k = Jumlah variabel independen

n = Sampel penelitian

$$t_{\text{tabel}} = t(a; df = n - 2)$$

$$a = 5\% = t(0,05; df = 69-2)$$

$$= 0,05 : 67$$

= 1.996 (atau sesuai dengan tabel patokan pada signifikan 0.5).

Oleh karena $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($4.511 > 1.996$) maka H_0 ditolak H_1 diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan variabel variable Y. Hal tersebut memberikan arti bahwa semakin baik Program Siaran Televisi "Mata Najwa" Trans7 maka semakin baik sikap masyarakat pada Vaksin Covid-19.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan pada penelitian, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh Program Siaran televisi "Mata Najwa" Trans7 (variable X) terhadap Sikap Masyarakat pada vaksin Covid-19 di Kampungbulak Baru Jalan Taruna Dalam, RT01/RW03, Pulogadung, Jakarta Timur (Variabel Y), hal tersebut berdasarkan uji hipotesis yang diperoleh hasil $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($4.511 > 1.996$). Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Variabel terhadap variabel Y. Hal tersebut memiliki arti jika semakin meningkat (semakin baik) Program Siaran Televisi "Mata Najwa" Trans7 maka semakin baik (meningkatkan) sikap masyarakat pada vaksin Covid-19.
2. Besaran pengaruh program siaran televisi "Mata Najwa" Trans7 Variabel terhadap variable Y yaitu berdasarkan analisis analisis koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 23.3%, hal ini berarti Program Siaran Televisi "Mata Najwa" Trans7 memberikan kontribusi sebesar 23.3% terhadap sikap masyarakat pada vaksin Covid-19, sedangkan sisanya 76.7% merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain di luar Program Siaran Televisi "Mata Najwa" di Trans7 yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardianto, K. & K. (2012). Komunikasi Massa: suatu pengantar. Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Azwar, S. (2015). Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya. pustaka pelajar.
- [3] Bungin, B. (2017). Metode Penelitian: komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Kencana Prenada.
- [4] Effendy, O. U. (2013). Ilmu Komunikasi Teori dan praktek. PT. Remaja Rosdakarya.
- [5] <https://theconversation.com>. (2021). Keraguan penduduk indonesia terhadap vaksin Covid-19. <https://theconversation.com/27-penduduk-indonesia-masih-ragu-terhadap-vaksin-covid-19-mengapa-penting-meyakinkan-mereka-150172>
- [6] <https://www.alodokter.com/>. (2021). Vaksin Covid-19 Salah Satu Langkah Menekan Kasus Covid-19. <https://www.alodokter.com/>
- [7] Kriyantono, R. (2010). Teknik Praktis: Riset Komunikasi (5th ed.). Kencana Prenada Media Group.
- [8] Kriyantono, R. (2012). Teknik Praktik Riset Komunikasi. Kencana Media.
- [9] Liana, C. (2017). Pengaruh Terpaan Tayangan Religi di Televisi Terhadap Sikap dan Perilaku Taqwa Pemirsanya. Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 2(1). <https://doi.org/10.29240/jdk.v2i1.274>
- [10] Morissan. (2015). Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Kencana Prenada Media Group.
- [11] Mudrajat, K. (2013). Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi (4th ed.). Erlangga.
- [12] Pungki Oktavia. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pemilu 2019 Terhadap Tingkat Pengetahuan Pemilih Pemula Sman 1 Depok. Inter Komunika : Jurnal Komunikasi, 2(2).
- [13] Rakhmat, J. (2012). Psikologi Komunikasi. PT. Remaja Rosdakarya.
- [14] Riduwan. (2014). Metode & Teknik Penyusunan Proposal Penelitian. Alfabeta.
- [15] Riyanto, R. (2017). Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media. InterKomunika, 2(1), 61. <https://doi.org/10.33376/ik.v2i1.16>
- [16] Rusman Latif. (2015a). Siara Televisi Non-Drama. Prenamedia Group.
- [17] Rusman Latif. (2015b). Siaran Televisi Non-Drama. Prenamedia Group.
- [18] Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Metode). CV, Alfabeta.
- [19] Sumarwan, U. (2011). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia.
- [20] theconversation.com. (2021). Menjawab Masalah Struktural di balik penolakan Covid-19 di seluruh dunia dan Indonesia. <https://theconversation.com>