

Hubungan Antara Kredibilitas Presenter Najwa Shihab dengan Minat Menonton Mata Najwa Trans 7 di Kalangan Mahasiswa

Correlational About Interest in Watching of Mata Najwa Trans 7 among Students of Faculty of Communication Sciences in Bandung Islamic University

¹Mita Kharisma Susanto, ²Riza Hernawati

1,2Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: Imitakharismasusanto@gmail.com, 2riza@unisba.ac.id

Abstract. In a talk show, communication process is carried out by a communicator as known as the presenter who guides the event. A talk show program Mata Najwa of Trans 7 is one of the talk shows in Indonesian television guided by a smart, straightforward, and brave character who has a strong charisma in the eyes of the viewer, who is Najwa Shihab. Running once a week, the Mata Najwa of Trans 7 program has the potential to attract viewers in the age range of 18-23 years old and most of the productive age are students. This study entitled "The Relationship Between The Credibility of Najwa Shihab the Presenter and the Interest in Watching Mata Najwa of Trans 7 among Students". The purpose of this study was to determine the relationship between credibility consists of competence, attitudes, goals, personality, and the dynamics of the presenter Najwa Shihab with interests consist of cognitive and affective aspects of watching Mata Najwa of Trans 7 among students of the Faculty of Communication Studies, in Bandung Islamic University. The method used is a quantitative method with a correlational approach. The theory used is the theory of S-O-R (Stimulus-Organism-Response). The data collection technique is in the form of questionnaires with a sample of 95 active students of the Faculty of Communication Studies in Bandung Islamic University obtained from a cluster sampling technique. The result of this study is that there is a strong relationship between the credibility of Najwa Shihab the presenter and the interest in watching Mata Najwa of Trans 7 among students and there is a significant relationship between competency, attitudes, goals, personality, and the dynamics of Najwa Shihab the presenter with the cognitive and affective aspects of the student of the Faculty of Communication Studies, in Bandung Islamic University.

Keywords: Talkshow Program, Credibility, Presenter, Interest In Watching

Abstrak. Dalam *talkshow*, komunikasi dilakukan oleh seorang komunikator atau disebut sebagai presenter yang memandu acara. Program *talkshow* Mata Najwa Trans 7 merupakan salah satu *talkshow* yang menghiasi televisi Indonesia dipandu oleh sosok yang memiliki karakter cerdas, lugas, dan berani serta memiliki karisma yang kuat di mata pemirsa yaitu Najwa Shihab. Tayang pada satu kali dalam sepekan, program Mata Najwa Trans 7 berpotensi menarik pemirsa pada rentang usia 18-23 tahun yang dimana produktif usia tersebut sebagian besar adalah mahasiswa. Penelitian ini berjudul "Hubungan Antara Kredibilitas Presenter Najwa Shihab Dengan Minat Menonton Mata Najwa Trans 7 Di Kalangan Mahasiswa". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kredibilitas yang terdiri dari kompetensi, sikap, tujuan, kepribadian, dan dinamika presenter Najwa Shihab dengan minat yang terdiri dari aspek kognitif dan aspek afektif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Teori yang digunakan adalah teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respons). Teknik pengumpulan data berupa kuesioner dengan sampel sebanyak 95 mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang diperoleh dari teknik *cluster sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah adanya hubungan yang tinggi antara kredibilitas presenter Najwa Shihab dengan minat menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa, terdapat hubungan yang cukup berarti antara kompetensi, sikap, tujuan, kepribadian, dan dinamika presenter Najwa Shihab dengan aspek kognitif dan aspek afektif mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.

Kata Kunci: Program *talkshow*, Kredibilitas, Presenter, Minat Menonton

A. Pendahuluan

Komunikasi merupakan aktifitas yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Komunikasi merupakan hal yang esensial bagi manusia dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Komunikasi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung atau melalui media massa. Pada dasarnya media massa merupakan perantara komunikasi massa.

Secara teknis, berbagai definisi mengenai komunikasi massa, mengacu pada satu proses penyampaian ide atau pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media massa. Proses komunikasi massa diawali oleh komunikator (sender) yang menyampaikan message kepada komunikan (receiver) melalui media (channel) dan kemudian komunikan memberikan feed back atas message yang diterimanya kepada komunikator. Dalam hal ini, komponen komunikasi massa adalah komunikator, message, channel /media, komunikan, dan efek (Ahmadi dkk, 2009: 183).

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikator memiliki peran penting sebagai penyampain pesan, dan bagaimana caranya pesan tersebut dapat dimengerti komunikannya. Dalam proses komunikasi seorang komunikator akan sukses apabila ia berhasil menunjukkan *source credibility*. Artinya menjadi sumber kepercayaan bagi komunikan. Kepercayaan komunikan kepada komunikator ditentukan oleh keahlian komunikator dalam bidang pekerjaannya dan dapat tidaknya ia dipercaya. Komunikasi yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung atau melalui media massa.

Program *talkshow* yang menghiasi televisi Indonesia yaitu

Mata Najwa Trans 7. Program *talk show* yang dipandu oleh sosok yang memiliki karakter cerdas, lugas dan berani serta memiliki karisma kuat di mata pemirsa. Gaya bertanya Najwa Shihab yang tegas, menusuk dan kerap sedikit provokatif berpadu dengan *treatment-treatment* yang spesifik untuk mengakomodir karakter Bintang Tamu/Narasumber mampu menghadirkan show yang menarik sepanjang durasi penayangan program. Dengan kredibilitas yang dimiliki Najwa Shihab, tentu keberadaannya akan menarik perhatian masyarakat banyak sehingga akan menimbulkan minat. Minat sebagai suatu tujuan untuk membantu mendongkrak *rating* program acara dan stasiun televisi yang dimotori oleh seorang presenter yang memiliki kredibilitas yang baik. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya keinginan (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator (Effendy, 2003: 304).

Berdasarkan latar belakang pada penelitian, penulis tertarik untuk mengkaji “bagaimana hubungan antara kredibilitas presenter Najwa Shihab dengan minat menonton program *talk show* Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA?.” Maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hubungan antara kompetensi presenter Najwa Shihab dengan aspek kognitif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
2. Untuk mengetahui hubungan antara kompetensi presenter Najwa Shihab dengan aspek afektif menonton Mata Najwa

- Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
3. Untuk mengetahui hubungan antara sikap presenter Najwa Shihab dengan aspek kognitif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
 4. Untuk mengetahui hubungan antara sikap presenter Najwa Shihab dengan aspek afektif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
 5. Untuk mengetahui hubungan antara tujuan presenter Najwa Shihab dengan aspek kognitif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
 6. Untuk mengetahui hubungan antara tujuan presenter Najwa Shihab dengan aspek afektif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
 7. Untuk mengetahui hubungan antara kepribadian presenter Najwa Shihab dengan aspek kognitif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
 8. Untuk mengetahui hubungan antara kepribadian presenter Najwa Shihab dengan aspek afektif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
 9. Untuk mengetahui hubungan antara dinamika presenter Najwa Shihab dengan aspek kognitif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.

10. Untuk mengetahui hubungan antara dinamika presenter Najwa Shihab dengan aspek afektif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Sampel sebanyak 95 mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung dan teknik analisis data menggunakan Rank Spearman untuk menguji hubungan antara kredibilitas dengan minat menonton.

B. Landasan Teori

Kredibilitas seorang presenter dapat dilihat dari kelima aspek kualitas utama tersebut yang disampaikan dalam Cangara (2014:106). Seorang presenter harus memiliki kompetensi, sikap, tujuan, kepribadian, dan dinamika. Kompetensi seorang presenter dapat dilihat dari pengetahuan yang dimilikinya terhadap masalah yang dibahasnya, wawasan yang luas, penjelasan yang tepat dan sangat dimengerti, dalil dan contoh yang digunakan tepat dan mengena serta aktual. Sikap seorang presenter dapat dilihat dari penampilannya sopan atau tidak, menghargai dan menghormati orang lain yang berbeda pendapat, dan menjelaskan sesuatu tidak atas kemauan pribadi. Tujuan seorang presenter dapat dilihat dari penyampaian materi yang menunjukkan pada nilai-nilai yang baik, berkeinginan kuat agar pendengar mengerti dan paham akan materi yang disampaikan, dan penjelasan materi sesuai dengan kemampuan/daya tangkap pendengar. Kepribadian seorang presenter dapat dilihat saat presenter menyampaikan materi, merespon pertanyaan pendengar dengan baik dan jawaban yang membuat puas, dan bahasa yang digunakan menyejukan hati atau

tidak. Terakhir ialah dinamika seorang presenter dapat dilihat saat menyampaikan materi tidak membosankan, menyampaikan materi diselingi humor, dan cara penyampaian menarik dan membuat rindu pendengar akan selalu menontonnya.

Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Kesenangan merupakan minat yang sifatnya sementara. Adapun minat bersifat tetap (*persistent*) dan ada unsur memnuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut, sebaliknya minat akan menjadi pupus kalau tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya (Jahja, 2011: 63). Minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif, dan motorik dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan (Jahja,

2011: 63).

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori S-O-R (Stimulus – Organism – Respons). Model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi ini merupakan kelanjutan dari teori S-R. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Menurut stimulus, respon ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi (Vera, 2016: 120).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut adalah hasil penelitian mengenai hubungan antara kredibilitas presenter Najwa Shihab dengan minat menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fikom Unisba, yang diuji dengan menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 1. Hubungan Antara Kredibilitas Presenter Najwa Shihab (kompetensi, sikap, tujuan, kepribadian, dinamika) (X) Dengan Minat Menonton (kognitif,afektif) Di Kalngangan Mahasiswa Fikom Unisba (Y).

Variabel	Rs	Sig.	α	Kesimpulan	Keterangan	Tingkat Keeratan
X dan Y	0,745	0,000	0,1	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang tinggi
X ₁ dan Y ₁	0,579	0,000	0,1	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti
X ₁ dan Y ₂	0,592	0,000	0,1	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti
X ₂ dan Y ₁	0,595	0,000	0,1	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti
X ₂ dan Y ₂	0,617	0,000	0,1	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti
X ₃ dan Y ₁	0,535	0,000	0,1	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti
X ₃ dan Y ₂	0,627	0,000	0,1	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti

X ₄ dan Y ₁	0,682	0,000	0,1	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti
X ₄ dan Y ₂	0,622	0,000	0,1	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti
X ₅ dan Y ₁	0,583	0,000	0,1	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti
X ₅ dan Y ₂	0,517	0,000	0,1	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti

Dari tabel tersebut dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman (rs) adalah sebesar (1) 0,745 ; (2) 0,579 ; (3) 0,592 ; (4) 0,595 ; (5) 0,617 ; (6) 0,535 ; (7) 0,627 ; (8) 0,682 ; (9) 0,622 ; (10) 0,583 ; (11) 0,517 Hasil uji signifikansi berdasarkan taraf signifikansi atau $\alpha = 0,1$ sehingga dapat dilihat bahwa p-value (Sig.) $< \alpha$ maka H₀ ditolak . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kredibilitas presenter Najwa Shihab dengan minat menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fikom Unisba. Dengan menggunakan kriteria Guildford, koefisien korelasi sebesar 0,745 berada diantara kriteria $> 0,70 - 0,90$ sehingga tingkat hubungan kredibilitas dengan minat menunjukkan hubungan yang tinggi. Kredibilitas presenter Najwa Shihab ini meliputi kompetensi, sikap, tujuan, kepribadian, dan dinamika. Sedangkan minat menonton yaitu kognitif dan afektif.

Kegiatan komunikasi yang dilakukan Najwa Shihab dalam program *talkshow* Mata Najwa tersebut memiliki peran sebagai presenter atau komunikator yang bertugas mengendalikan acara. Seperti yang dikatakan Cangara (2014: 99) bahwa komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Oleh karena itu, komunikator biasa disebut pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*.

Kredibilitas merupakan salah satu faktor dari komunikator, berdasarkan

hasil dari penelitian yang telah dilakukan penulis, komunikator Najwa Shihab memiliki kredibilitas yang tinggi dengan minat menonton di kalangan mahasiswa Fikom Unisba.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai kredibilitas presenter Najwa Shihab dengan minat menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fikom Unisba, simpulannya adalah :

1. Terdapat hubungan yang tinggi dan signifikan antara kredibilitas presenter Najwa Shihab yang meliputi kompetensi, sikap, tujuan, kepribadian, dan dinamika, dengan minat menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA yang meliputi aspek kognitif dan aspek afektif.
2. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara kompetensi presenter Najwa Shihab dengan aspek kognitif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
3. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara kompetensi presenter Najwa Shihab dengan aspek afektif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas

- Ilmu Komunikasi UNISBA.
4. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara sikap presenter Najwa Shihab dengan aspek kognitif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
 5. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara sikap presenter Najwa Shihab dengan aspek afektif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
 6. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara tujuan presenter Najwa Shihab dengan aspek kognitif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
 7. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara tujuan presenter Najwa Shihab dengan aspek afektif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
 8. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara kepribadian presenter Najwa Shihab dengan aspek kognitif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
 9. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara kepribadian presenter Najwa Shihab dengan aspek afektif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.
 10. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara dinamika presenter Najwa Shihab dengan aspek kognitif menonton Mata Najwa Trans 7

di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.

11. Terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara dinamika presenter Najwa Shihab dengan aspek kognitif menonton Mata Najwa Trans 7 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Dari hasil penelitian yang penulis lakukan dengan judul “Hubungan Antara Kredibilitas Presenter Najwa Shihab dengan Minat Menonton Mata Najwa Trans 7 di Kalangan Mahasiswa” diharapkan dapat menambah pengetahuan secara akademis dengan konsep-konsep baru yang terkait dengan ilmu komunikasi khususnya terkait komunikator, dan media massa.
2. Kepada peneliti lain yang akan meneliti mengenai kegiatan komunikasi massa khususnya mengenai kredibilitas komunikator dalam media massa dapat mengangkat tema yang berbeda dengan penelitian ini dan dapat lebih mengembangkan jika ingin meneliti mengenai kredibilitas komunikator, sehingga nantinya dapat dikaji temuan-temuan baru mengenai kegiatan komunikasi dalam media massa.

Saran Praktis

1. Saran penulis terhadap Najwa Shihab sebagai tuan rumah Mata Najwa Trans 7 agar dapat terus mengembangkan kredibilitas yang dimilikinya dan menjadi inspirasi bagi setiap khalayak yang menontonnya. Kredibilitas yang dimiliki Najwa Shihab sampai saat ini sangat baik dan sudah terkenal di masyarakat bahwa ia merupakan sosok yang cerdas. Maka dari itu, diharapkan penonton selalu mengambil manfaat yang positif setelah melihat Najwa Shihab dalam tayangan Mata Najwa Trans 7
2. Saran penulis terhadap program *talkshow* Mata Najwa Trans 7 bisa menjadi lebih baik lagi, acara *talkshow* yang tak sekedar berbincang-bincang tetapi mengandung unsur berita informasi mengenai fenomena dan isu-isu sosial, politik, dan lain-lain yang ada di Indonesia. Trans 7 sebagai pengelola program televisi yaitu agar dapat selalu membuat tayangan yang dikemas dengan baik dan semenarik mungkin. Memikirkan terlebih dahulu konsep acaranya matang-matang tidak hanya dari segi konten yang ingin disampaikan, tapi juga dari aspek visualisasinya lalu pertimbangkanlah baik-baik apakah tayangan tersebut nantinya memang akan memberikan manfaat

bagi orang yang menontonnya atau tidak. Karena sejatinya, televisi melalui berbagai tayangan programnya haruslah yang dapat memberikan efek positif dan membawa pengaruh baik bagi kehidupan masyarakat.

Daftar Pustaka

Sumber Buku:

- Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra
- Aditya Bakti.
- Jahja, Yudrik. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sumber Jurnal:

- Ahmadi, D dan Sulaeman, A. 2009. *Sikap Masyarakat terhadap Pemberitahuan Bahaya Flu Babi di Media*. Jurnal Vol. XXV, No. 2, hlm 183