

- TELEVISI PROGRAM - FANTAS
- REALITY TELEVISI PROGRAM
ADLN - Perpustakaan Universitas Airlangga
TELEVISI PROGRAM



**RECEPTION ANALYSIS MAHASISWA SURABAYA
TERHADAP TAYANGAN
TALK SHOW OM FARHAN DI ANTV
SKRIPSI**

10/12/08
1/1



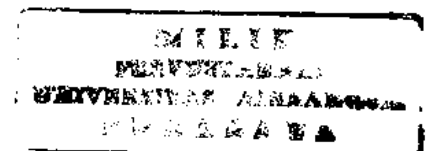
Disusun oleh

ELISA AGUSTINI

NIM 070317105

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Semester Ganjil 2007/2008



**RECEPTION ANALYSIS MAHASISWA SURABAYA
TERHADAP TAYANGAN
TALK SHOW OM FARHAN DI ANTV
SKRIPSI**



Disusun oleh

ELISA AGUSTINI

NIM 070317105

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
Semester Ganjil 2007/2008**

Halaman pernyataan ini berisi pernyataan tentang originalitas karya tulis dengan menuliskan kalimat :

Bagian atau keseluruhan isi Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akdemis pada bidang studi dan/ atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam skripsi.



15 Januari 2008

Elisa Agustini

RECEPTION ANALYSIS MAHASISWA SURABAYA

TERHADAP TAYANGAN

TALK SHOW OM FARHAN DI ANTV

SKRIPSI

Maksud : sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi

SI pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga.

Diusun oleh

ELISA AGUSTINI

NIM 070317105

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS AIRLANGGA

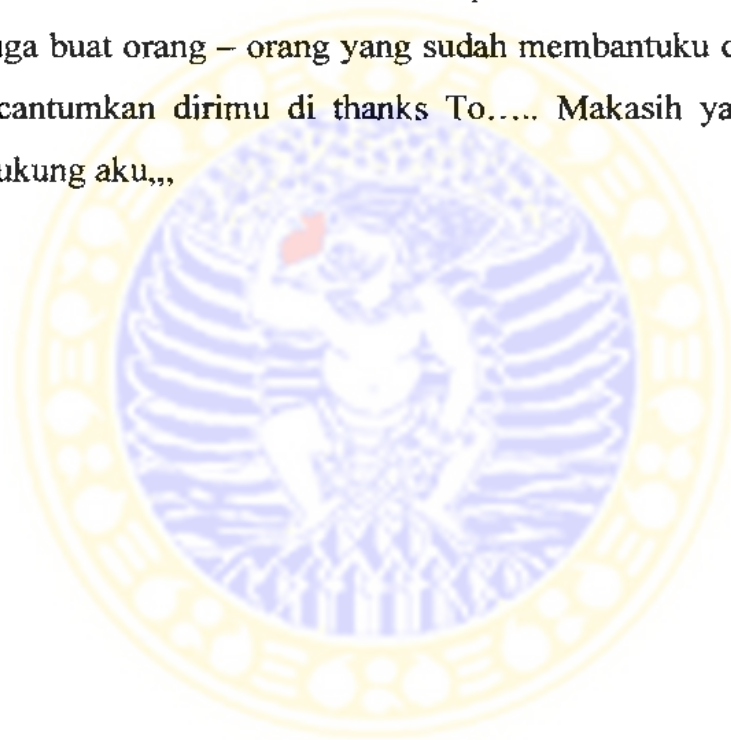
Semester Ganjil 2007/2008

THANKS TO

Makasih sebelumnya kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat Taufik serta hidayahnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini... Makasih juga sebesar – besarnya buat kedua Orang Tuaku,, yang udah ngedukung aku baik moril, Doa, tenaga, n Duit yang telah mereka keluarkan dari awal skripsi ini belum dibuat hingga skripsi ini udah jadi. Buat MaMaku yang tidak henti – hentinya tiap hari selalu mengingatkan untuk “Mbak jangan keluyuran aja, skripsinya dikerjain”. Buat PaPAku yang juga udah baik hati membelikanku “Si Putih”. Buat Masku makasih juga yang udah selalu menanyakan bagaimana kabar skripsiku dan kuliahku, makasih juga buat AdiKku yang selalu kurepotkan dan menjadi kru dokumentasi skripsiku. Dan makasih juga buat keluarga besar AbuYamin yang udah ngedukung aku n Mengiriminku Doa,, Buat Eyangku yang selalu mendoakanku,, serta tak lupa juga buat keluarga pengajian Ketintang dan Ustadz Makhrowi yang udah membimbing aku biar selalu berada dijalanMu... yang mengingatkanku agar selalu sholat lima waktu dan selalu dekat dengan Allah SWT.

Tak lupa juga Ucapan makasih buat teman – temanku, buat RistA, PuU, HeLy, NinDa, Wike, DiTa, Arum, yang selama ini selalu menghiburku dan menjadi teman jalan – jalan ketika lagi stuck....☺
Buat Jangkung, Mbaknya, Ma Bro yang udah ngajak aku jalan – jalan,

Nonton pas aku lagi boring.. Mbaknya N Jangkung Thanks banget yaa,,
Udah bantuin aku siang – siang keliling – keliling kampus nyari nara
sumber...Makasih banyak Juga buat Jangkung yang udah menemaniku,
yang udah kehilangan banyak tenaga, moril, Duit buat aku...☺.. Makasih
sebanyak – bayaknya buat narasumber Skripsiku, yang udah mau jauh –
jauh kerumah buat ikutan Focus Group Discussion. Yang terakhir
makasih juga buat orang – orang yang sudah membantuku dan aku lupa
tidak mencantumkan dirimu di thanks To..... Makasih yaa semuanya,
udah ngedukung aku,,,



LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan siap untuk diujikan



Surabaya, 19 Desember 2007

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Suko Widodo'.

Drs. Suko Widodo, MA

NIP. 131.999.638

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan dihadapan penguji,

Pada tanggal 9 Januari 2008

Panitia Penguji,



Yuyun W.I. Surya, S.Sos. MA

NIP.132 164 002

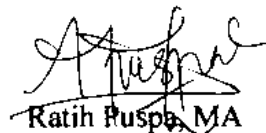
Anggota,



Drs. Suko Widodo

NIP. 131 999 638

Anggota,



Ratih Puspa, MA

NIP. 132 230 967

Abstraksi

Berbagai bentuk tayangan dimunculkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, salah satu diantaranya tayangan yang informatif dan menghibur adalah *talkshow*. Saat ini, komposisi program *talkshow* termasuk yang terbesar. Di antara program informasi lainnya, berdasarkan durasi tayangnya, persentasenya adalah 23 persen. Sejak era reformasi (1998), di Indonesia talk show tiba-tiba menjadi acara yang sangat populer di media televisi. Tayangan talk show ini mendobrak acara yang ada di televisi, yang selama ini bisa dibilang hampir 70 % hanya berupa drama / sinetron, bukan tayangan yang mendidik, tema kekerasan, kejahatan, mistik dan pelecehan (seksual maupun profesi); reality show, infotainment.

OM Farhan, program ini selain menghibur juga tetap fokus terhadap pembicaraan yang sedang dibahas biasanya masalah - masalah sosial di seputar kita yang lagi in, menyajikan fakta - fakta yang terjadi sehari - hari dilingkungan kita. Selain itu juga menyajikan topik - topik yang berkaitan dengan seni hiburan, serta berita - berita actual yang terjadi. Menghadirkan tamu - tamu yang terkenal bukan hanya dari kalangan selebritis saja, tapi juga dari kalangan politikus terkenal, pemerintahan ataupun pengusaha sukses bahkan hingga orang - orang biasa yang tiba - tiba menjadi cover media cetak maupun seputar peristiwa penting yang terjadi di Indonesia.

Berpijak dari OM Farhan, peneliti ingin mengetahui bagaimana penerimaan khalayak mahasiswa terhadap tayangan OM Farhan berdasarkan konteks social masing - masing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian eksploratif, dengan menggunakan metode reception analysis dan pengumpulan data dilakukan dengan Focus Group Discussion. Partisipan berasal dari mahasiswa Unair dan ITS, dengan FGD diadakan sebanyak satu kali.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menjadi khalayak media televisi yang aktif dalam proses pemaknaan. Latar belakang budaya partisipan sangat berpengaruh terhadap proses pemaknaan mereka terhadap teks media. Budaya dominan yang melekat pada mahasiswa bersama dengan pemikiran aktif mahasiswa mewarnai proses interpretasi dan pemberian makna terhadap teks media.

Partisipan dalam penerimaan talk show OM Farhan ini, dari partisipan A hingga partisipan L yang berasal dari tingkat ekonomi yang berbeda, agama, suku, hingga pengetahuan serta pengalaman khalayak, melihat tayangan talk show OM farhan memiliki nilai lebih pada topik yang diangkat, bintang tamu yang ditampilkan, hostnya serta adanya liputan luar Hilbram.

KATA PENGANTAR

Akhirnya, Alhamdulillah, kalimat yang terucap penulis atas terselesaikannya penulisan skripsi ini. Pertama terima kasih dan sujud syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis mampu menuangkan ide – idenya dan pemikirannya hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Tak lupa pula penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada penghuni rumah tercintaku yang senantiasa mengingatkan akan skripsiku. Terima kasih pula untuk para sahabat – sahabatku, teman – temanku, rekan, dan semua pihak yang telah dan dengan sukarela memberikan waktu, dukungan, dan semangat. Tanpa bantuan mereka semua skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik.

Akhirnya, sebagai manusia biasa penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, dan penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi dan berguna bagi pihak – pihak lain.

Surabaya, 18 Desember 2007

Penulis

Daftar Isi

Cover Luar	i
Cocer Dalam.....	ii
Lembar Tidak Plagiat.....	iii
Lembar Maksud Penulisan Skripsi.....	iii
Lembar Persembahan	v
Lembar Persetujuan.....	vii
Lembar Pengesahan	viii
Abstraksi	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN.....	I-1
I.1. Latar Belakang Masalah	I-1
I.2. Perumusan Masalah	I-17
I.3. Tujuan Penelitian	I-17
I.4. Manfaat Penelitian	I-17
I.5. Tinjauan Pustaka.....	I-17
I.5.1. Teori Pertemuan Khalayak dengan Media.....	I-17
I.5.2. Tradisi Cultural dalam Penelitian Khalayak	I-18
I.5.3. Cultural Studies.....	I-19
I.5.4. Khalayak Aktif dan Otonomi.....	I-21
I.5.5. Peran Budaya Dalam Penerimaan.....	I-22
I.5.6. Tayangan Televisi sebagai Teks	I-23

I.5.7. Reception Analysis, Pemahaman Terhadap Khalayak Aktif.....	I-23
I.5.8. Focus Group Discussion	I-27
I.6. Metodologi Penelitian.....	I-28
I.6.1. Tipe Penelitian	I-28
I.6.2. Subjek Penelitian	I-28
I.6.3. Teknik Pengumpulan Data.....	I-30
I.6.4. Tahap Pra Diskusi.....	I-31
I.6.5. Tahap Diskusi	I-31
I.6.7. Langkah Analisis Data.....	I-32
BAB II : TAYANGAN TALK SHOW DI LAYAR TELEVISI INDONESIA ...	II-1
II.1. Gambaran Pertelevisian Indonesia	II-1
II.2. Talk Show, Pergeseran Dunia Hiburan Televisi Indonesia.....	II-5
II.3. Talk Show : Komuditas Baru Televisi Indonesia.....	II-12
II.4. Talk Show Obrolan Malam Farhan (OM Farhan).....	II-14
BAB III : PENERIMAAN KHALAYAK MAHASISWA SURABAYA TERHADAP TAYANGAN TALK SHOW OM FARHAN DI antV.....	III-1
III.1. Konteks – Konteks Yang Mempengaruhi Penerimaan Khalayak.....	III-2
III.1.1. Pola Partisipan Dalam Menonton Televisi.....	III-2
III.1.2. Televisi Sebagai Sarana Kebersamaan Hingga Individualis.....	III-6
III.1.3. Aktifitas Yang Dilakukan Partisipan Pada Saat Menonton Televisi	III-9
III.2. Mahasiswa Dan Televisi	III-10
III.2.1. Pandangan Mahasiswa Terhadap Televisi	III-10
III.2.2. Tayangan Favorit Partisipan	III-13
III.2.3. Interpretasi Dan Pemaknaan Partisipan Terhadap Tayangan Televisi	III-15

III.3. Interpretasi Dan Pemaknaan Mahasiswa Terhadap Tayangan Talk Show Di Televisi	III-20
III.3.1. Defenisi Talk Show Menurut Partisipan	III-20
III.3.2. Khalayak Talk Show Menurut Partisipan	III-22
III.3.3. Tayangan Talk Show Favorit Partisipan	III-24
III.4. Interpretasi Dan Pemaknaan Mahasiswa Terhadap Tayangan Talk Show OM Farhan	III-25
III.4.1. Defenisi Tayangan OM Farhan Menurut Partisipan	III-25
III.4.2. Yang Disuka Partisipan dari OM Farhan	III-28
III.4.3. Kelebihan Dan Kekurangan OM Farhan	III-32
III.4.4. Tayangan Ramadhannya Farhan	III-35
BAB IV : PENUTUP	IV-1
IV.1. Kesimpulan	IV-1
IV.2. Saran	IV-5
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Televisi adalah kekayaan yang terbuka bagi semua orang dalam masyarakat industri dan semakin mengalami pertumbuhan di negara – negara berkembang. Televisi merupakan sumber bagi pengetahuan populer tentang dunia. Televisi berdampak kepada ketentuan dan konstruksif selektif pengetahuan sosial, imajinasi sosial, dimana kita mempersepsikan dunia, realitas yang dijalani orang lain, dan secara imajiner merekonstruksi kehidupan mereka dan kehidupan kita melalui dunia secara keseluruhan yang dapat dipahami (Barker, 2004 : 271).

Dwyer menyimpulkan, sebagai media audio visual, TV mampu merebut 94 % saluran masuknya pesan-pesan atau informasi ke dalam jiwa manusia yaitu lewat mata dan telinga. TV mampu untuk membuat orang pada umumnya mengingat 50 % dari apa yang mereka lihat dan dengar di layar TV walaupun hanya sekali ditayangkan. Atau secara umum orang akan ingat 85 % dari apa yang mereka lihat di TV setelah tiga jam kemudian dan 65 % setelah tiga hari kemudian (Dwyer,1988). (http://www.depdiknas.go.id/publikasi/Buletin/Pppg_Tertulis/08_2001/raam_Punjabi.htm).



Berdasarkan data Media Index Nielsen Media Research, pada tahun 2004, sebagai media informasi, televisi memiliki daya penetrasi jauh lebih besar daripada media lainnya. Penetrasi media televisi mencapai 90,7%; radio 39%; surat kabar 29,8%; majalah 22,4%; internet 8,8% dan orang menonton bioskop sebesar 15% (Sunardian, 2005 : viii). Di Indonesia, berdasarkan data Nationmaster, pada tahun 2003 penonton televisi Indonesia berjumlah 13.750.000. Sementara tahun 2006 menurut Warta Ekonomi jumlah televisi di Indonesia sudah mencapai 30.000.000 unit. Selain itu dari 200.000.000. penduduk Indonesia, sejumlah 30.000.000. merupakan penonton setia televisi. (http://www.mail-archive.com/forum-pembacakompas@yahooogroup.com/msg_10955.html). Didalam artikel Indonesia, Negeri 1001 Televisi, menurut Peter F. Gontha, sebuah penelitian menemukan bahwa penduduk Indonesia menonton televisi 50 jam per minggu (<http://www.its.ac.id/berita.php?nomer=3323>). WH Freeman (1992) dalam buku *The Age of Television* mengatakan: tak ada satu faktor dalam kehidupan budaya kita abad ini - tidak juga sistem pendidikan, agama, ilmu pengetahuan, atau juga seni - dapat menyebar sekaligus berpengaruh karena diterima secara total oleh semua anggota masyarakat, seperti yang dilakukan televisi (<http://www.suaramerdeka.com/harian/0507/18/opi4.htm>).

Persaingan antar stasiun televisi memiliki dua sisi dampak, pertama, menghasilkan keseragaman melalui penciptaan berbagai program yang bermuara pada program primadona, atau meniru program yang memperoleh rating penonton terbanyak. Kedua mampu menghasilkan keberagaman akibat persaingan yang begitu

cepat dan keras, yang menuntut diversifikasi program dalam kaitannya dengan pluralisme segmen penonton (Nugroho, 1998 : 100).

Bandung TV Watch, pada tahun 2006 melakukan pemantauan terhadap acara – acara yang di tayangkan oleh sepuluh TV swasta (TransTv, TV7, GlobalTV, Lativi, RCTI, SCTV, Indosiar, MetroTV, antV, TPI) dan satu televisi nasional (TVRI). Acara – acara yang dipantau terbagi kedalam 11 genre, yaitu berita (news), dokumenter, film (meliputi sinetron, seri dan lepas), kuis, reality show, musik & tari, olah raga, iklan (meliputi iklan produk, iklan layanan masyarakat, iklan acara/thriller), pengetahuan agama dan puspa (variety show). Pemantauan tersebut dilakukan oleh 100 relawan Bandung TV Watch yang terbagi dalam tiga bidang pemantauan, yaitu bidang pendidikan, bidang informasi, dan bidang hiburan. Hasil pemantauan Bandung TV Watch menyebutkan tayangan infotainment tidak memberikan informasi yang berkualitas, hanya sekedar memberikan asumsi yang ambigu dan membingungkan. Bukan kebenaran yang disampaikan, tetapi lebih pada membenaran. Objektivitas juga diragukan, karena terlalu dibuat – buat dan didramatisasi. Tidak ada pemisahan antara profesi dan privasi. Mengangkat hal – hal pribadi ke ruang publik. Tidak ada pencantuman segmentasi batasan umur. Sedangkan hasil pemantauan bidang hiburan menyebutkan, tayangan film dan sinetron sebagian besar kering dari pesan moral, menawarkan kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), kehidupan glamour, seks bebas dikalangan remaja dengan jam tayang yang tidak sesuai dan kostum yang tidak mendidik. Sinetron berbau agama dan mistik, cenderung hanya menakut – nakuti tentang surga dan neraka. Bandung

TV Watch juga menyebutkan acara – acara televisi di Indonesia, tidak mengajak masyarakat untuk berpikir dan menambah wawasan pengetahuan, tetapi lebih mengajak masyarakat untuk menghibur diri, menggiring pemirsa kepada “penjara” hiburan. Menurut Bandung TV Watch, sesungguhnya acara televisi yang baik idealnya mempunyai unsur mendidik, baik secara rasio, emosi, atau moril, namun kebanyakan stasiun televisi cuma berdalih kalo beban pendidikan itu sepenuhnya tanggung jawab institusi pendidikan. Seharusnya pendidikan itu menjadi tanggung jawab semua pihak : keluarga, sekolah, masyarakat (dalam hal ini stasiun televisi seharusnya ambil andil) dan pemerintah. Selain itu acara televisi juga seharusnya mempunyai content yang bisa membuat pola pikir masyarakat berkembang ke arah yang lebih baik. (<http://www.kejut.com/massmedia>).

Menurut Dedy N. Hidayat (1999), televisi selaku institusi kapitalis terdesak tuntutan pasar dan pengiklan. Pasar/ pemirsa menuntut televisi untuk memproduksi informasi serta hiburan sesuai permintaan pasar penonton. Tuntutan tersebut seharusnya pemberitaan kritis, berani, objektif dan aktual, tetapi penonton lebih menyukai tayangan yang mengedepankan sisi hiburan yang gampang dicerna, instan, dan tidak memerlukan interpretasi untuk mengetahui maksudnya, sensasi berbumbu air mata, percintaan, perkelahian / darah, serta seks. Selain itu juga adanya tuntutan/ tekanan terhadap industri televisi untuk mampu menyerap sebanyak mungkin khalayak pemirsa/ penonton. Jumlah penonton yang direbut stasiun televisi merupakan komoditas yang bisa diagunkan di pasar pengiklan yang butuh akses ke

konsumen untuk mempromosikan produknya. (<http://www.freelists.org/archive/ppi/02-2006/msg00173.html>).

Budaya inilah yang terjadi pada sebelas stasiun TV swasta nasional di Indonesia, kompetisi yang berlangsung adalah perebutan iklan. Parahnya, kompetisi ini berujung pada perebutan skor rating tertinggi, yakni yang paling banyak ditonton publik, karenanya belanja iklan akan tinggi. Saat ini banyak media yang dituduh menghamba pada rating, karena kebanyakan program yang disiarkan oleh televisi swasta hanya mengejar rating semata. Televisi menjadi pusat komersial nomor satu. Acara-acara dikemas sedemikian rupa untuk bisa dijual ke publik. Kemasan acara-acara menjadi persoalan selera bagi beberapa produser atau pihak stasiun televisi. Bagi mereka yang penting adalah rating acara tetap tinggi sehingga membuat acara semenarik mungkin untuk menggoda emosi dan selera pemirsa. Banyak acara-acara televisi yang berkualitas namun karena tidak memiliki nilai jual yang tinggi, pihak stasiun televisi tidak mau untuk membeli. Persaingan di antara stasiun televisi kini semakin ketat. Mereka saling bersaing menyajikan acara-acara yang digemari oleh penonton, bahkan tanpa memerhatikan dampak sisi negatif dari tayangan tersebut.

Televisi seharusnya memiliki tiga fungsi sosial, yaitu sebagai pengawas sosial, korelasi sosial, dan sosialisasi. Sebagai pengawas sosial, merujuk pada upaya penyebaran informasi dan interpretasi yang objektif mengenai berbagai peristiwa yang terjadi di dalam dan luar lingkungan sosial dengan tujuan kontrol sosial agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam kapasitas korelasi sosial, merujuk pada upaya pemberian interpretasi dan informasi yang menghubungkan satu

kelompok sosial dengan kelompok sosial lainnya atau antara satu pandangan dengan pandangan yang lainnya agar tercapai konsensus. Sedangkan dalam kapasitas sosialisasi, merujuk pada upaya pewarisan nilai-nilai dari satu generasi ke generasi yang lainnya atau dari kelompok ke kelompok yang lainnya. (<http://www.tftwindo.org/livingwords/SH132005/132005-9.htm>).

Berbagai bentuk tayangan dimunculkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya pemirsa TV, yang haus akan tayangan yang informatif, namun juga menghibur. Salah satu diantaranya tayangan yang informatif dan menghibur adalah *talkshow*. Saat ini, komposisi program *talkshow* termasuk yang terbesar. Di antara program informasi lainnya, berdasarkan durasi tayangnya, persentasenya adalah 23 persen, hampir menyamai program infotainment, 24 persen.

Sejak era reformasi (1998), di Indonesia talk show tiba-tiba menjadi acara yang sangat populer di media televisi. (news.com/2005/07/07/india-talk-show.html). (ISK). Kadang-kadang juga off air, berupa seminar-seminar, sarsehan, diskusi atau debat yang mengambil tempat di hotel atau di kafe. Berdasarkan data Bandung TV Watch, Tayangan talk show ini mendobrak acara yang ada di televisi, yang selama ini bisa dibbilang hampir 70 % hanya berupa drama / sinetron, bukan tayangan yang mendidik, tema kekerasan, kejahatan, mistik dan pelecehan (seksual maupun profesi); reality show, infotainment. Semua acara tersebut merupakan dominasi acara berbau hedonisme, mistis, kekerasan, pornografi, dan pornoaksi, fatamorgana, hiperealitas dan bertendensi mengeksploitasi pemirsa. (<http://www.kejut.com/massmedia>). Itu semua malah membuat masyarakat menjadi bodoh, tidak kritis, apatis, eskapis,

terlena, pemimpi, pelupa, pemistik, dan skeptis.
(http://www.resistbook.or.id/index.php?page=resensi&id_140&lang=id).

Talk show adalah ungkapan bahasa Inggris yang berasal dari dua kata: *show* dan *talk*. Show artinya tontonan, pertunjukan atau pameran, sedangkan talk artinya omong-omong, ngobrol-ngobrol. Dengan begitu talk show berarti pertunjukan orang-orang yang sedang ngobrol, dengan kemasan yang menghibur dan isi yang berbobot. (http://www.neumann.l2o.org/sarlito/talk_show.html- 15k). Acara talk show membutuhkan konsentrasi dan daya interpretasi yang cukup untuk menikmatinya. Oleh karena itulah tidak berlebihan dikatakan bahwa sasaran audiens talk show adalah khalayak yang memiliki intelektualitas cukup atau memiliki tingkat pendidikan sedang hingga tinggi. Dalam sebuah talk show, menarik tidaknya sebuah talk show terletak pada isi acaranya dan kepiawaian pembawa acara menyegarkan suasana.

Diantara banyaknya tayangan talk show yang disajikan oleh berbagai macam stasiun televisi yang ada salah satunya adalah acara OM Farhan yang di tayangkan di antV. Episode perdana OM Farhan dimulai pada tanggal 1 Mei 2006. Obrolan Malam Farhan atau yang lebih biasa dikenal dengan OM Farhan ini merupakan program yang ditayangkan setiap hari Rabu dan Jumat pukul 21.00 WIB. dengan durasi tayang satu jam. Mulai 5 Juni 2007 OM Farhan juga tayang edisi Weekend yang tayang tiap hari Sabtu dan Minggu mulai pukul 19.00 Wib – 20.00 WIB. Obrolan malam ini dipandu oleh host yang berbakat dan tidak asing lagi Farhan. Program yang dibagi dalam beberapa segmen ini mempunyai tema berbeda – beda di setiap

segmennya, dengan mengangkat berita yang teranyar hari ini dan disertai dengan gambar – gambar yang disampaikan dengan kocak dan lelucon yang pintar sehubungan dengan berita tersebut. Program ini juga akan menghadirkan tamu – tamu yang terkenal tidak hanya dari kalangan selebritis saja tapi juga dari kalangan politikus terkenal, pemerintahan ataupun pengusaha sukses. (<http://www.an.tv.com>)

Konsep acara yang disiarkan langsung dari Studio antV di Pengadegan ini, dikemas oleh tim kerja Farhan dan diolah kembali oleh tim antV. Khusus untuk proyek acara ini, tim Farhan telah menandatangani kontrak selama dua tahun. Acara talk show OM Farhan yang merupakan singkatan dari Obrolan Malam Farhan ini menampilkan satu skin acara bincang bincang yang apik, berbobot namun tidak terkesan serius sekali. Acara talk show ini memang didesain santai, enak ditonton, banyak menghibur namun tetap fokus terhadap pembicaraan yang sedang dibahas biasanya masalah - masalah sosial di seputar kita yang lagi in. Farhan sebagai host acara ini memang memberikan daya tarik tersendiri, sebagai satu dari MC cowok terbaik di Indonesia, Farhan mampu mengisi roh acara ini sedemikian menariknya sehingga penonton hanyut menikmatinya dari awal hingga akhir. Tema dan materi yang diangkat juga sangat menarik dan pembawaan dari Farhannya sendiri memang seorang yang piawai membawakan acaranya. Kendati acara ini membahas masalah-masalah serius tetapi kemasannya dibuat sedemikian rupa sehingga menarik untuk disimak. Pengungkapan suatu masalah dilakukan dengan gaya santai diiringi dengan gelitik-gelitik humor segar disertai adanya liputan mengenai topik yang dibicarakan pada waktu tersebut oleh Hilbram Dunhar. Banyolan Farhan, sering dihubung-

hubungkan dengan realita yang ada, kadang sedikit menyindir. Di talk show OM Farhan juga ada segmen Berita OM Farhan, merupakan cuplikan kilat mengenai peristiwa / kejadian yang menggepakan, aneh, lucu, kreatif yang terjadi di masyarakat. OM Farhan juga menampilkan home band dan penyanyi solo/ band tamu di setiap penayangannya. Selain untuk menghibur, acara ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat luas.

OM Farhan ini sendiri tidak seperti kebanyakan talk show yang ada. Talk show yang ada cenderung menampilkan informasi dan pengalaman para figur public mengikuti perjalanan hidup nara sumber. Selain itu selama ini talk show di pertelevisian Indonesia kebanyakan hanya menampilkan selebritis sebagai bintang tamu dan isi acaranya cenderung hanya membahas seputar canda, menyinggung kemolekan bintang tamu, atau penuh dengan bintang tamu wanita yang seksi dan menarik serta memperbincangkan gosip selebritis saja, selain itu pertanyaan dan topik yang diperbincangkan terlalu sederhana. Biasa sekali seperti pertanyaan yang biasa dijumpai di koran, majalah atau acara gosip. Tidak ada informasi tambahan yang “menggigit”. Di OM Farhan dapat ditemui informasi yang bisa membuat penonton merasa kalo wawasannya sedikit bertambah. (<http://www.suarakarya-online.com/news.html?id=145065>). Ini terlihat dari OM Farhan yang hingga saat ini tidak hanya menghadirkan tamu – tamu yang terkenal bukan hanya dari kalangan selebritis saja, tapi juga dari kalangan politikus terkenal, pemerintahan ataupun pengusaha sukses bahkan hingga orang – orang biasa yang berkesan hingga yang

tiba – tiba menjadi cover media cetak maupun seputar peristiwa penting yang terjadi di Indonesia.

Selama bulan Ramadhan tahun 2007, OM Farhan ikut turut menyambut bulan spesial umat islam, dengan memodifikasi format acaranya dan berubah menjadi sebuah tayangan talk show Ramadhannya Farhan, dengan jam tayang 18.30 – 19.00 dengan tayang setiap hari sebulan penuh di bulan Ramadhan. Ramadhannya Farhan menampilkan sebuah program story telling yang bercerita tentang berbagai prestasi yang dicapai oleh orang-orang yang berasal dari kalangan selebritis hingga orang-orang awam. Dengan kata-kata mereka sendiri, para Bintang tamu berbagi kepada pemirsa di rumah. Mereka tak hanya membagi bagian hidup mereka yang paling menantang, tapi juga bagaimana keimanan mereka membantu mengatasi dan menyelesaikan masalah-masalah yang mereka hadapi. Tayangan ini diharapkan kisah-kisah mereka bisa memberikan inspirasi bagi pemirsa di rumah, sekaligus memberikan pengaruh yang kuat dan menjadi bahan perenungan di bulan suci Ramadhan ini. (<http://www.an.tv/s/?sid=5&programid=1113>)

Ditinjau dari sudut iklan, OM Farhan Selama jeda iklan selalu menampilkan iklan antara 10 – 15 iklan per tiap kali jeda. Sedangkan dari sudut rating acara, OM Farhan menempati posisi 56.73%; OM Farhan Weekend 56.10% dan Ramadhannya Farhan 56.10%. (<http://www.an.tv/>). Talk show OM Farhan berdasarkan poling pintunet.com, dengan poin penilaian tertinggi 4,3. dari 100 orang mengatakan tayangan OM Farhan kualitas moderator talk show mendapatkan nilai 3,9; subyek dan tema pembicaraan dengan nilai 3,8; kualitas narasumber mendapatkan nilai 3,3;

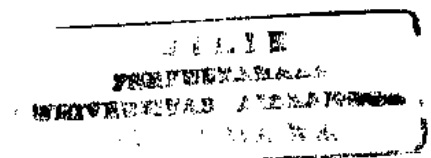
perbandingan dengan acara serupa mendapat nilai 3,3; dan penilaian terakhir apakah rutin mengikuti tayangan OM Farhan mendapatkan nilai 3,2. (http://www.pintunet.com/produk.php?vproduk_id=talkshow_os13&vpid=441101070103).

Disini peneliti melihat OM Farhan bukan hanya sekedar talk show yang seperti kebanyakan yang lebih menonjolkan selebritis sebagai bintang tamu dan hanya membahas seputar selebritis dan gosip – gosip yang ada bahkan hal – hal yang mengarah ke pornografi dan wilayah tubuh. Tetapi lewat OM Farhan pemirsa diajak secara tidak langsung untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan dunia luar, selain dihibur juga diajak untuk lebih memiliki wawasan luas, membahas topic – topic umum, mendapatkan informasi perkembangan atau peristiwa penting yang terjadi di Indonesia dan membahasnya lebih dalam. Pemirsa juga bisa belajar secara tidak langsung bagaimana proses menyampaikan pesan yang baik, berkomunikasi dengan lawan bicara, baik dengan bahasa verbal maupun non verbal melalui melihat bagaimana Farhan didalam membawakan acara tersebut. OM Farhan didalam penanyangannya selalu memberikan informasi yang merupakan berita aktual. Selain itu tayangan OM Farhan juga memiliki pendapatan iklan dan rating yang baik. Menurut Ratna Mahadi, Director of Programming and Production antV, program acara antV saat tidak mengikuti selera pasar dan lebih menekankan pada kualitas tayangan program acaranya itu sendiri. Konsep acara OM Farhan dibuat seperti gaya khas Farhan sendiri. (<http://www.suarakarya-online.com/news.html?id=145065>).

Khalayak merupakan produk dari konteks social yang mengarah pada kesamaan budaya dan kebutuhan akan informasi, yang tidak selalu muncul dalam suatu kesatuan pemaknaan. Hal tersebut muncul terkadang individu yang berada dalam suatu konteks social tertentu menginterpretasikan dan memaknai pesan secara berbeda merujuk pada realitas serta pengalaman yang berbeda dan dimiliki oleh masing – masing individu, karena pada dasarnya sifat khalayak bervariasi. (Mc Quail, 1997 : 2).

Budaya tidak berkaitan dengan hal – hal diluar individu khalayak, melainkan sangat terkait dengan apa yang dilakukan oleh khalayak sehari – hari. Salah satu bentuk budaya adalah proses kontruksi makna terhadap pesan yang disampaikan oleh televisi sebagai bagian dari penggunaan media sehari – hari. Budaya dikonseptualisasikan sebagai seperangkat atribut/ identitas dan dilihat sebagai sebuah proses aktif dari sebuah konstruksi social. (Ang dalam Yanish, 1995).

Khalayak secara tidak langsung menginterpretasikan teks – teks yang ada di televisi secara acak – acak, melainkan berdasarkan pada sebuah rangka rujukan dan pola pengorganisasian elemen – elemen dari program televisi kedalam sebuah proses pemaknaan yang sesuai. Struktur pemaknaan dikembangkan dan diterapkan dalam konteks social, serta menentukan hal – hal yang menarik dari tayangan televisi dimana khalayak bisa menginterpretasikan elemen – elemen dari program televisi dan memunculkan wacana. Wacana yang dimunculkan kemudian dikembangkan dalam tingkatan budaya. Struktur pemaknaan, jika digunakan oleh anggota dari suatu



budaya, maka secara otomatis bisa diadaptasikan dan dirubah sehingga bukan merupakan unit yang tetap. (Fiske dalam Yanish, 1995).

Stuart Hall (1981) mengonsepsikan televisi dalam dua hal, proses encoding dan decoding. Encoding televisi merupakan sebagai suatu artikulasi momen – momen produksi, sirkulasi, distribusi, reproduksi, yang saling terhubung namun berbeda. Secara khusus, produksi makna tidak memastikan adanya konsumsi makna itu sebagaimana yang dikehendaki oleh pengode. Pesan – pesan televisi memikul berbagai makna dan dapat diinterpretasikan dengan cara yang berbeda. Decoding (penonton) dikonsepsikan sebagai individu yang diposisikan secara sosial yang pembacaanya akan dikerangkakan bervariasi menurut faktor sosio – demografis dan menurut kompetensi dan kerangka kerja budaya terkait (Barker, 2004 :284)

OM Farhan merupakan sebuah teks, dimana membutuhkan khalayak untuk menyadari makna yang ada didalamnya. Teks tidak memiliki makna tunggal namun lebih pada serangkaian kemungkinan yang di definisi oleh teks dan khalayaknya. Proses pemaknaan teks berbeda antar individu. Setiap individu mempunyai latar belakang sejarah, pengetahuan, dan lingkungan yang berbeda – beda (faktor demografis, psikografis, sosial budaya). Yang bisa menghasilkan pemaknaan yang berbeda.

Sebagai bagian dari subkultur, penggunaan media memainkan peranan penting dalam berekspresi dan memperkuat identitasnya. Khalayak mengkode arti dari sumber (media) menurut perspektif mereka sendiri dan keinginannya, meskipun berada dalam beberapa kerangka pengalaman yang sama (McQuail, 1997:92).

Televisi, selama ini mampu menghasilkan teks – teks budaya populer. (<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/0904/06/1101.htm>). Penonton televisi bukanlah massa yang tak terbedakan yang terdiri dari kumpulan individu dan terisolasi. Menonton televisi merupakan suatu aktivitas yang diinformasikan secara sosial dan kultural yang terkait erat dengan makna. Penonton adalah pencipta kreatif makna dalam kaitannya dengan televisi. Penonton menempati posisi penting dalam pembacaan suatu fenomena kebudayaan. Penonton tidak pernah menjadi pihak yang pasif dalam membaca sebuah fenomena kebudayaan. Hal ini disebabkan karena makna yang dikeluarkan oleh talk show tidak pernah langsung diterima begitu saja oleh penonton. Sebaliknya, penonton melakukan kontekstualisasi makna-makna tersebut dengan kondisi nyata yang dialaminya, latar belakang sejarah, pengetahuan, dan lingkungan yang berbeda – beda (faktor demografis, psikografis, sosial budaya). Penonton juga melakukan modifikasi sendiri sehingga makna tersebut sesuai dengan keinginannya. Maka, penonton adalah pihak yang aktif, dan proses konsumsi fenomena kebudayaan pun menjadi sesuatu yang kreatif.

Dalam menerima pesan-pesan, penonton sering menempatkan diri dalam posisi yang berbeda-beda sesuai dengan kode-kode pembacaan yang mereka jalankan. Stuart Hall (1981) mengajukan tiga macam kode yang biasanya diikuti yaitu: dominant code, negotiated code, dan oppositional code. Dalam kode dominan, penonton menerima makna-makna yang disodorkan oleh talk show. Dalam kode negosiasi, penonton tidak sepenuhnya menerima makna-makna yang disodorkan tapi mereka melakukan negosiasi dan adaptasi sesuai nilai-nilai yang dianutnya,

sementara dalam kode oposisi, penonton tidak menerima makna yang diajukan dan menolaknya.

Didalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian eksploratif yang berusaha menggali, mengidentifikasi dan memahami pemaknaan dan penerimaan khalayak terhadap tayangan OM Farhan di antV. Proses penggalian informasi, penidentifikasi serta pemahaman terhadap pemaknaan serta interpretasi khalayak menggunakan metode *reception analysis*. Reception analysis berusaha untuk memahami khalayak sebagai pengguna yang aktif melakukan proses pemaknaan dalam menerima terpaan dari media massa. Studi penerimaan merupakan pemaknaan khalayak yang melihat/ membaca suatu teks media meliputi pemikiran, persepsi, inferensi dan perasaan terhadap pesan yang diterimanya. Brown dan Jensen (1990), menyatakan bahwa Reception Analysis juga berusaha memahami perbedaan khalayak dalam proses pemaknaan ini karena tidak terlepas dari konteks social budayanya (Lindlof, 1995 :55). Reception analysis sangat berkaitan dengan analisis yang dilakukan terhadap khalayak untuk melihat interpretasi, pemahaman, opini dan pemikiran dari khalayak terhadap OM Farhan. Sedangkan penggumpulan data dilakukan dengan *focus group discussion*, karena penelitian ini bagaimana pesan OM Farhan tersebut dibicarakan dan dimaknai dalam sebuah lingkungan yang dapat diobservasi oleh peneliti.

Pada penelitian ini responden yang akan diteliti adalah para mahasiswa yang berdomisili di Surabaya. Alasan menggunakan mahasiswa sebagai responden di dalam penelitian ini karena mahasiswa mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi

sehingga sesuai dengan sasaran audiens talk show itu sendiri dan melihat dari tayangan OM Farhan yang mempunyai label tayangan dewasa. Dan OM Farhan sendiri merupakan tayangan yang akan menghadirkan tamu-tamu yang terkenal tidak hanya dari kalangan selebritis saja tapi juga dari kalangan politikus terkenal, pemerintahan ataupun pengusaha sukses. Selain itu juga menyajikan fakta-fakta yang terjadi sehari-hari di lingkup lingkungan kita. OM Farhan, menyajikan tema-tema yang hangat acara ini tak hanya menyajikan topik-topik seni hiburan tapi juga mengangkat berita-berita aktual yang terjadi. Alasan kenapa peneliti menggunakan kota Surabaya karena peneliti melihat beberapa tahun belakangan ini peringkat lima besar UMPTN mulai tahun 2000 hingga tahun 2006 selalu diduduki oleh UI, ITB, ITS, UGM, dan UNAIR (berdasarkan buku Bimbingan Pemantapan SPMB karangan Yrama Widya). Disini peneliti melihat bahwa calon – calon mahasiswa lebih cenderung untuk mendaftar kuliah di kelima universitas negeri bergensi tersebut. Selain itu peneliti melihat dari kelima universitas tersebut ada dua universitas yang berada di lokasi yang sama yaitu Surabaya, sehingga peneliti memutuskan untuk memilih Surabaya sebagai lokasi penelitian.

Oleh sebab itulah maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana penerimaan (interpretasi dan pemaknaan) mahasiswa Surabaya terhadap tayangan OM Farhan di antV.

I.2. PERUMUSAN MASALAH

Bagaimana penerimaan (interpretasi dan pemaknaan) Mahasiswa Surabaya terhadap tayangan OM Farhan di antV ?

I.3. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan (interpretasi dan pemaknaan) Mahasiswa Surabaya terhadap tayangan OM Farhan di antV.

I.4. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian ini adalah ingin mencoba melihat dan mengungkap bagaimana penerimaan dan pemaknaan penonton terhadap tayangan televisi khususnya acara OM Farhan di antV.

I.5. TINJAUAN PUSTAKA

I.5.1. Teori Pertemuan Khalayak dengan Media

De Fleur dan Ball – Rokeach melihat pertemuan khalayak dengan media berdasarkan tiga kerangka teoritis, perspektif perbedaan individual, perspektif kategori social dan perspektif hubungan sosial.

Perspektif perbedaan individual memandang bahwa sikap dan organisasi personal – psikologis individu akan menentukan bagaimana ia memberi makna pada stimuli tersebut.

Perspektif kategori social berasumsi bahwa dalam masyarakat terdapat kelompok – kelompok social, yang reaksinya pada stimuli tertentu cenderung sama. Golongan social berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pendidikan, dll, menampilkan kategori respon.

Perspektif hubungan sosial menekankan pentingnya peranan hubungan social yang informal dalam mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa.

Secara singkat, berbagai factor – factor ini meliputi organisasi personal psikologis individu seperti potensial biologis, sikap, nilai, kepercayaan, serta bidang pengalaman kelompok – kelompok social dimana individu menjadi anggota, dan hubungan – hubungan interpersonal pada proses penerimaan, pengelolaan, dan penyampaian informasi.

I.5. 2. Tradisi Cultural dalam Penelitian Khalayak

Cultural traditions dan analisis penerimaan, merupakan perpaduan antara pendekatan ilmu social dan humanistic yang menekankan pada penggunaan media sebagai cerminan dari sebuah konteks social – budaya dan sebagai sebuah proses pemaknaan pada pengalaman dan produk budaya. Tradisi yang merupakan perkembangan dari post – structuralist ini lebih berfokus pada subjektivitas dari

The post –modern – structuralist turn in cultural studies directed fresh attention toward textuality and the neglected question of subjectivity, the individual's own response to and involvement in culture and cultural practice as everyday – life media use.
(Bassnet, 1997 :13)

Penelitian dalam tradisi ini melihat khalayak sebagai *interpretive community* atau masyarakat yang aktif dalam memaknai pesan. Individu tidak hanya bertahan tetapi juga memiliki kemampuan untuk bernegosiasi terhadap pemaknaan yang dominant yang diberikan oleh media massa. Pesan diterima dan dimaknai secara berbeda oleh khalayak karena pesan media itu sendiri bersifat *polemic* atau memiliki banyak makna dan terbuka terhadap berbagai interpretasi. Tradisi *cultural* ini bertujuan untuk memahami pemaknaan dari sebuah pesan yang diterima dalam sebuah konteks dengan menggunakan data berupa persepsi dan pemaknaan dalam konteks *social – budaya* yang dianalisis dengan metode kualitatif dan etnografi. (Mc Quail, 1997 :17).

I.5.3. Cultural Studies

Cultural studies, mulai berkembang di *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies*, yang merupakan kajian studi yang banyak berfokus terhadap teks dan pemaknaan. *Cultural studies* diawali oleh Stuart Hall pada tahun 1980 melakukan penelitian tentang penerimaan khalayak terhadap televisi, khususnya perkembangan model dari proses *encoding* dan *decoding* dari teks televisi. Hall melihat bahwa dalam proses komunikasi, komunikator dan komunikan memiliki pola masing – masing didalam proses pemaknaan pesan. Pesan yang disampaikan tidak dimaknai sama oleh khalayak dengan apa yang ingin disampaikan oleh si komunikator.

Cultural studies lebih menekankan pada dimensi budaya dalam kehidupan *social* dengan menganalisis keterlibatan media massa, khususnya televisi sebagai *agen social* dan peran pemaknaan khalayak dalam mengorientasikan kejadian *social*

(Yanish, 1995). Cultural studies juga melihat khalayak sebagai struktur yang kompleks. Khalayak tidak selamanya bertahan terhadap ideology – ideology yang dominat yang disampaikan melalui televisi, melainkan khalayak juga mampu melakukan negosiasi makna terhadap ideology – ideology tersebut, dengan batasan – batasan yang berbeda yang ditentukan oleh konteks social budaya yang ada dan dimiliki oleh masing – masing individu (Morley, 1992).

Tony Bennet mendefinisikan cultural studies sebagai disiplin ilmu yang multidisipliner dimana perspektif dari disiplin ilmu yang berlainan secara selektif dapat diambil dalam rangka menguji hubungan antara kebudayaan dan kekuasaan. Cultural studies mengeksplorasi kebudayaan sebagai praktek pemaknaan dalam konteks kekuatan social. Praktik pemaknaan merupakan aktivitas pemaknaan dimana terdapat produksi dan pertukaran tanda yang membangun pemaknaan , yaitu makna logika dan arti penting. Cultural studies menyatu dengan konsep – konsep kunci, seperti kebudayaan, praktik, pemaknaan, representasi, diskursus, kekuasaan, artikulasi, teks, pembaca, dan konsumsi (disarikan dari Barker, 2004 : 3 – 36).

Banyak sekali kajian dalam cultural studies, salah satunya adalah mengkaji tentang teks dan pembacanya, yang kemudian memunculkan audience research. Kajian ini muncul sebagai kritik dari khalayak yang bersifat pasif dan sebagai kritik bahwa tidak cukup hanya membaca makna dari analisis tekstual dan wacana saja namun makna juga diproduksi dalam interaksi teks dengan pembacanya. Teks, dalam hal ini didefinisikan sebagai segala sesuatu yang membangun makna melalui praktik

pemaknaan, termasuk program televisi yang akhirnya banyak dikaji oleh ilmuwan cultural studies dalam kurun waktu yang cukup lama (Barker, 2004 : 415).

Proses penerimaan pesan sangat kompleks. Institusi televisi dan khalayaknya masing – masing berada dalam konteks social budaya, sejarah dan batasan – batasan yang berbeda dan ditentukan oleh masing – masing individu. Pemaknaan sebenarnya terbentuk dalam sebuah proses social dan bukan merupakan kebenaran yang tunggal. (Fiske, 1987 : 65).

Penonton dalam tradisi cultural studies dipandang sebagai khalayak aktif yang tidak sekadar menerima begitu saja makna – makna tekstual. Penonton dengan aktif memproduksi makna sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki dan disesuaikan juga dengan konteks dimana mereka menonton televisi. Cultural studies ini merupakan akar pemikiran dari studi khalayak seperti Reception Analysis yang berkembang pada tahun 1980an.

1.5.4. Khalayak Aktif dan Otonomi

Konsep khalayak sebagai massa atau *mass society* mulai bergeser menjadi komunitas atau *mass community*. Khalayak tidak lagi dilihat sebagai sekumpulan massa yang pasif, tetapi lebih pada individu – individu yang memiliki kesadaran diri, batasan – batasan dan system yang berbeda sehingga memunculkan konsep khalayak yang beragam (McQuail, 1997 : 22).

Munculnya konsep khalayak aktif mengarah pada terbentuknya asumsi bahwa khalayak akan bertahan atau bahkan menolak terhadap upaya persuasive, pengaruh serta manipulasi dari ideology – ideology dominant yang ditimbulkan oleh televisi.

Kondisi khalayak yang aktif memunculkan sebuah konsep otonomi khalayak. Khalayak bebas menentukan apa yang dikehendakinya dari sebuah televisi, termasuk menentukan preferensi dan selektivitas dalam pemilihan jenis tayangan yang ada, dan penerimaan serta pemaknaan pesan yang disesuaikan dengan selera budaya, minat, dan kebutuhan informasi dari masing – masing individu khalayak.

I.5.5. Peran Budaya Dalam Penerimaan

Sebuah konsep budaya yang terkait dengan analisa penerimaan adalah bagaimana sebenarnya produk – produk dari media televisi dengan sengaja dimasukkan dan diterima dalam sebuah konteks kebudayaan. Didalam konteks kebudayaan tersebut terdapat system pemaknaan tanda dan lambang serta secara kesamaan cara dalam menginterpretasikan fenomena yang disepakati oleh anggota dalam konteks budaya tersebut (Yanish, 1995).

Pada proses analisis tentang bagaimana anggota dari sebuah kelompok budaya memaknai pesan dari televisi, akan terlihat sebuah pola budaya dalam proses sosialisasi pemaknaan bersama yang terjadi dalam kelompok budaya tersebut. Budaya memiliki peran sebagai rujukan bagi khalayak untuk menegosiasikan pemaknaan terhadap pesan dalam sebuah konteks penerimaan. Khalayak pada dasarnya, baik secara langsung maupun tidak, akan membawa pesan audiovisual dari

televisei kedalam konstruksi budaya yang dimilikinya dengan cara mengkonstruksi pesan – pesan tersebut sesuai dengan strategi masing – masing dari khalayak dalam sebuah proses penerimaan.

1.5.6. Tayangan Televisi Sebagai Teks

Bagi Gadamer (1976) dan Ider (1978), mengatakan hubungan antara teks dan penonton bersifat interaktif di mana penonton mendekati teks dengan harapan dan antisipasi tertentu yang dimodifikasi dalam pembacaan yang digantikan oleh proyeksi baru. Pemaknaan selalu berasal dari posisi dan sudut pandang orang yang memaknai. (Barker, 2004: 284). Didalam cultural studies , tayangan televisi dilihat sebagai teks, yang diinterpretasikan secara keseluruhan sebagai gaya, bentuk ataupun genre (Lindlof, 1995). Dimana saat khalayak melakukan rangkaian aktivitas melihat dan menafsirkan sebuah program televisi, maka saat itu berubah menjadi sebuah teks. Perubahan itu terjadi saat khalayak melakukan pembacaan, sehingga program televisi ini berinteraksi dengan khalayak dan mengaktifkan berbagai makna. Teks tersebut menimbulkan berbagai makna pada khalayak berdasarkan latar belakang mereka masing – masing.

1.5.7. Reception Analysis, Pemahaman Terhadap Khalayak Aktif

Reception analysis merupakan gabungan antara social science dan humanis, memberikan penekanan penggunaan media sebagai refleksi dari sejumlah konteks sosio cultural dan pemaknaan pada produk budaya dan pengalaman. Pendekatan

humanis, menyumbangkan konsep bahwa komunikasi massa adalah praktek produksi budaya, dan sirkulasi makna dalam konteks social. Pendekatan social – science menyumbangkan model penelitian empiris yang menghubungkan pesan media dan khalayaknya. Reception analysis merupakan riset khalayak yang mengkonstruksi data valid akan penerimaan, penggunaan, dan dampak media terhadap khalayak. Elemen – elemen yang ada muncul saling berkaitan sehingga terdapat asumsi bahwa efek tidak akan ada tanpa adanya pemaknaan pesan maka dibutuhkan peran aktif individu. (Jensen dan Jankowski, 1991 : 134).

Reception analysis merupakan pengembangan dari cultural studies. Pendekatan ini merupakan bentuk interpretatif dari analisis pengaruh media yang didasarkan pada analisis teks media dan data kualitatif penelitian khalayak yang diperoleh dengan cara focus group discussion / indepth interview. Reception analysis menekankan pada pentingnya menganalisis teks – teks media dan interpretasi khalayak dari media tersebut ke dalam konteks budaya luar. (www.shef.ac.uk).

Pendekatan reception analysis berfokus pada penerimaan pesan – pesan media oleh anggota khalayak dan interpretasi – interpretasi yang dimiliki oleh khalayak mengenai isi media. Reception analysis juga disebut sebagai titik temu dari berbagai pendekatan. Perlakuan terhadap pesan – pesan media sama seperti pada pendekatan cultural studies, yaitu menekankan pada isi/ pesan media yang dikomunikasikan, namun reception analysis berusaha mencapai diskursus yang lebih dalam dari khalayak mengenai isi media, sehingga secara sistematis dapat dibandingkan dengan diskursus media. Dengan cara ini, peneliti dapat mengungkapkan sampai sejauh mana

interpretasi khlayak terhadap isi media. Apakah sudah menyimpang dalam hal – hal tertentu. Interpretasi khalayak mengenai teks – teks media sangat memperhitungkan sistem budaya/ ideologi yang dominan dalam masyarakat dimana khalayak tersebut berada, karena hal ini dipercaya dapat mempengaruhi kerangka aturan / norma – norma yang dapat membentuk bagaimana cara pesan – pesan media tersebut diterima oleh khalayak.

Pesan dan penerimaan adalah unsur – unsur penelitian yang memiliki sifat diskursif dan aspek sosial komunikasi. Penerimaan adalah tindakan sosial yang menegosiasikan defenisi realitas sosial dalam konteks budaya dan praktek komunikasi (Klaus Brush Jensen, 1991).

Proses – proses komunikasi mengakomodasikan munculnya makna – makna potensial dan efeknya. Terdapat perbedaan antara makna – makna potensial dan makna aktual. Hal ini terjadi akibat adanya polisemi terhadap wacana media. Polisemi ini menimbulkan perbedaan strategi interpretasi oleh khalayak yang berbeda untuk satu wacana.

Reception analysis muncul sebagai kritik terhadap khalayak yang tergabung dalam tradisi kultural, muncul sebagai kritik terhadap khalayak sebagai obyek yang pasif penerima pesan media. Paham ini mengajukan pemahaman baru terhadap khalayak sebagai konsumen media, bahwa khalayak sebenarnya juga memiliki kekuatan untuk menolak dan membentengi diri / resisten dari pesan – pesan media yang bersifat hegemoni dan dominan. (McQuail, 1997).

Lindlof (1988) menyebutkan bahwa khalayak secara aktif memaknai teks media dan menjadikan dirinya bagian dari interpretive community.

1. Teks media harus dimaknai melalui persepsi khalayaknya, yang menkonstruksi makna dan hiburan dari teks media yang ditawarkan.
 2. Proses penggunaan media massa yang mana menyingkap konteks khusus adalah central of interestnya.
 3. Penggunaan media selalu didasarkan pada situasi dan berorientasi pada tugas sosial sebagai partisipasi dalam interpretive community.
 4. Khalayak sebagai bagian dari interpretive community selalu berbagai beberapa wacana dan kerangka kerja dalam upaya memaknai media.
 5. Khalayak tidak pernah pasif, dan keanggotaan mereka berimbang.
 6. Metode yang harus digunakan adalah kualitatif dan mendalam.
- (McQuail, 1997 : 19)

Penerimaan pesan dari tayangan televisi berbeda pada tiap individu. Penerimaan tersebut bisa dilihat pada saat mengkonsumsi media dan proses negosiasi makna terhadap pesan televisi yang mengarah pada munculnya efek pada individu. Hal tersebut sangat terkait dengan pola pikir dan persepsi yang telah dibentuk oleh kondisi budaya dan pengalaman masing – masing. Pemaknaan individu khalayak pada dasarnya berbeda – beda. Negosiasi makna yang merupakan proses transaksional yang terjadi dalam individu (LittleJohn, 1992 : 127 – 150) dipengaruhi oleh sejarah, pengalaman, dan latar belakang social budaya yang berbeda – beda pada setiap individu dan setiap saat, tergantung pada kondisi fisik, emosi, pengetahuan serta pengalaman khalayak.

Penerimaan yang berbeda terhadap tayangan televisi yang muncul, selain disebabkan oleh perbedaan latar belakang social dalam negosiasi makna, juga bisa dipengaruhi oleh pola menonton tayangan televisi sehari – hari. Khalayak hampir

tidak pernah bisa menonton/ mengkonsumsi tayangan televisi secara murni. Mereka cenderung menonton televisi sambil melakukan sesuatu yang lain. (Jankowski, 1991).

1.5.8. Focus Group Discussion

Reception Analysis menganalisis permasalahan dengan menggunakan metode kualitatif, yaitu jenis penelitian yang akan menghasilkan penemuan – penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur – prosedur statistik, atau dengan cara – cara kuantifikasi (pengukuran).

Metode focus group discussion merupakan sebuah metode yang digunakan dalam mempelajari khalayak media, tentang bagaimana mereka menginterpretasikan isi atau pesan media melalui percakapan dan interaksi dengan orang lain dan dinilai lebih efisien atau memiliki beberapa kelebihan jika dibandingkan dengan metode penelitian kualitatif yang lainnya (Ida, 1997 :170)

Metode ini juga dinilai paling sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu berusaha menggali, sesuai dengan karakteristik studi eksploratif, penerimaan mahasiswa surabaya terhadap tayangan OM Farhan di antV. Selain itu penggunaan focus group discussion dalam studi eksploratif juga membentuk poin – poin pertanyaan baru yang muncul sebagai hasil dari forum diskusi yang dapat dikembangkan dalam studi berikutnya.

I.6. METODOLOGI PENELITIAN

I.6.1. Tipe Penelitian

Didalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian eksploratif yang berusaha menggali, mengidentifikasi dan memahami pemaknaan dan penerimaan khalayak terhadap tayangan OM Farhan Di antV. Proses penggalian informasi, penidentifikasi serta pemahaman terhadap pemaknaan serta interpretasi khalayak masuk dalam kajian *reception analysis*. *Reception analysis* sangat berkaitan dengan analisis yang dilakukan terhadap khalayak untuk melihat interpretasi, pemahaman, opini dan pemikiran dari khalayak terhadap OM Farhan.

Sedangkan teknik pengambilan data dilakukan dengan *focus group discussion*, karena penelitian ini bagaimana pesan OM Farhan tersebut dibicarakan dan dimaknai dalam sebuah lingkungan yang dapat diobservasi oleh peneliti. Focus group discussion akan menghasilkan narasi – narasi yang nantinya dianalisis dalam pendekatan kualitatif dimana nantinya akan dianalisis dan diinterpretasikan guna menjawab perumusan masalah. Pendekatan kualitatif berusaha memperlihatkan fenomena – fenomena komunikasi secara praktis dengan menganalisa elemen – elemen yang ada dalam penelitian.

I.6.2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Surabaya. Alasan menggunakan mahasiswa sebagai responden di dalam penelitian ini karena mahasiswa mempunyai

tingkat pendidikan yang tinggi sehingga sesuai dengan sasaran audiens talk show itu sendiri dan melihat dari tayangan OM Farhan yang mempunyai label tayangan dewasa dan OM Farhan sendiri merupakan tayangan yang akan menghadirkan tamu-tamu yang terkenal tidak hanya dari kalangan selebritis saja tapi juga dari kalangan politikus terkenal, pemerintahan ataupun pengusaha sukses. Selain itu juga menyajikan fakta-fakta yang terjadi sehari-hari di lingkup lingkungan kita. Om Farhan, menyajikan tema-tema yang hangat acara ini tak hanya menyajikan topik-topik seni hiburan tapi juga mengangkat berita-berita aktual. Dimana kendati acara ini membahas masalah-masalah serius tetapi kemasannya dibuat sedemikian rupa sehingga menarik untuk disimak. Pengungkapan suatu masalah dilakukan dengan gaya santai diiringi dengan gelitik-gelitik humor segar. Selain untuk menghibur, acara ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat luas.

Mahasiswa tersebut sebagai salah satu bagian khalayak penonton OM Farhan dan sekaligus sebagai partisipan focus group discussion dimana nantiya akan menghasilkan narasi – narasi kualitatif yang berisi tentang informasi – informasi mengenai interpretasi, pemaknaan dan pemikiran mereka mengenai OM Farhan. Partisipan yang dilibatkan pada kegiatan focus group discussion dalam upaya pengumpulan data dalam penelitian ini adalah diambil secara purposif yaitu memberikan batasan usia dan homogen. Homogenitas yang dimaksud adalah kesamaan kelas social atau karakteristik pendidikan, tetapi masih memiliki perbedaan yang memungkinkan munculnya pendapat yang berbeda – beda.

Yang akan menjadi partisipan dalam focus group discussion adalah mereka yang tidak saling mengenal. Keseluruhan partisipan merupakan penonton OM Farhan dengan tingkat social ekonomi bawah, menengah dan atas yang berdomisili di Surabaya. Kondisi kota Surabaya, sebagai kota metropolitan terbesar ke-dua di Indonesia setelah Jakarta, dengan perkembangan teknologi komunikasi massa yang begitu pesat menyebabkan makin gencarnya arus informasi dan terpaan budaya dari luar lingkungan budaya Surabaya. Akses informasi melalui media massa yang sangat luas dan nyaris tidak terbatas, khususnya televisi, berpengaruh pada proses penerimaan khalayak yang cenderung bervariasi. Selain itu karena peneliti melihat bahwa peringkat lima besar UMPTN lima tahun belakangan ini mulai tahun 2000 – 2006 selalu diduduki oleh UI, ITB, UGM, ITS dan UNAIR. Peneliti melihat karena lokasi UNAIR dan ITS yang berada didalam satu kota yaitu Surabaya, sehingga menggunakan Surabaya sebagai lokasi penelitian. Berawal dari asumsi tersebut, maka peneliti menentukan mahasiswa yang ada di kota Surabaya sebagai partisipan.

1.6.3. Teknik Pengumpulan Data

Focus group discussion digunakan sebagai sarana untuk mengumpulkan data pada penelitian kualitatif. Teknik ini akan lebih berkonsentrasi pada pembentukan sebuah kondisi atau situasi dimana didalamnya terdapat interaksi antar individu yang membicarakan tentang OM Farhan, sehingga pola komunikasi yang muncul bisa di observasi. *Focus group discussion* adalah sebuah teknik dalam mengumpulkan data kualitatif, berupa forum diskusi yang terdiri dari sebuah group atau kelompok orang

yang anggotanya saling interaksi dan memiliki kesamaan minat atau karakteristik. Focus group discussion yang melibatkan 6 – 15 orang dalam sebuah forum diskusi yang nyaman dimana partisipan yang terlibat didalamnya bisa saling berbagi persepsi dan ide mereka dengan bebas, sehingga terkadang bersifat mempengaruhi antar partisipan dengan memberikan respond dan komentar dari ide yang dilontarkan.

Diskusi ini dibatasi sebanyak 6 – 12 partisipan. Pembatasan terhadap jumlah peserta ini dilakukan agar tercapainya interaksi yang seimbang dan untuk mencegah adanya dominasi dari partisipan yang dominant. Jumlah yang terlalu besar dapat mengakibatkan terjadinya diskusi dalam diskusi.

I.6.4. Tahap Pra Diskusi

Pada tahap ini peneliti menentukan mahasiswa sebagai partisipan focus group discussion. Melalui wawancara saringan, peneliti menemukan partisipan yang pernah menonton OM Farhan minimal 5 kali digunakan untuk menandai telah terjadi pengulangan dalam mengkonsumsi tayangan tersebut dan berdomisili di Surabaya. Mereka yang lolos wawancara saringan diundang dalam diskusi kelompok terarah. Peneliti merekrut 12 partisipan dalam satu sesi diskusi.

I.6.5. Tahap Diskusi

Tahap ini merupakan tahap diskusi dilakukan. Partisipan duduk melingkar dan membicarakan sebuah topic yang ditentukan, dalam hal ini topik yang dibahas

bagaimana penerimaan partisipan terhadap tayangan OM Farhan. Partisipan diberikan beberapa pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti.

Pelaksanaan diskusi dimulai dengan diberikannya penjelasan dari peneliti tentang tujuan diadakannya diskusi. Pada diskusi ini peneliti bertindak sebagai moderator sehingga dapat mengontrol jalannya diskusi. Dalam pelaksanaan diskusi peneliti akan dibantu oleh beberapa orang yang bertugas untuk mencatat hal – hal penting yang terjadi selama proses diskusi berlangsung, dan mendokumentasikan jalannya diskusi untuk mencatat semua narasi kualitatif yang dipakai dalam proses analisa data.

I.6.6. Langkah Analisis Data

Data yang diperoleh berupa narasi, catatan lapangan atau ringkasan dari diskusi yang telah dilakukan, yang mencakup perubahan dalam daftar pertanyaan, karakteristik partisipan, frase dan kata – kata deskriptif yang digunakan partisipan dalam mendiskusikan pertanyaan, tema – tema yang muncul sebagai respon dari pertanyaan, antusiasisme dari partisipan, bahasa tubuh hingga suasana diskusi. Data ditulis ulang secara tertulis dan diinterpretasikan oleh peneliti. Data ini kemudian dikelompokkan kedalam kategorisasi tema untuk memudahkan peneliti melihat fenomena yang ada dalam penelitian. Tema – tema yang muncul tetap dibatasi oleh permasalahan yang diangkat oleh peneliti.

BAB II

TAYANGAN TALK SHOW DI LAYAR TELEVISI

INDONESIA

II.1. Gambaran Pertelevisian Indonesia

Televisi merupakan media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. (<http://www.resistbook.or.id/index.php?page=resensi&id=140&lang=id>). Sebuah rumah baru dapat dikatakan lengkap apabila terdapat sebuah televisi didalamnya. Hal ini tidak hanya berlaku pada masyarakat kota yang relatif kaya, melainkan juga telah merambah ke pelosok – pelosok desa, bahkan di rumah – rumah hunian liar, dipinggir – pinggir sungai kota, ataupun dibawah jembatan layang. Media televisi telah menjadi bagian dari kehidupan sebagian besar masyarakat Indonesia.

Televisi memberikan dampak yang luar biasa besar bagi kehidupan masyarakat. Kehadirannya dengan bau kapitalistik yang kental, secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap perilaku dan pola pikir masyarakat Indonesia. Selama ini banyak anggapan televisi sebagai penyebab maraknya gaya hidup konsumeristik – hedonistik. Setidaknya, dengan banyaknya program acara televisi yang hanya memunculkan kesemarak dan kemudahan hidup, yang bukan merupakan realitas sosial masyarakat penontonnya. Di layar televisi, didorong oleh karakter teknokapitalisnya, gaya hidup yang muncul adalah gaya hidup virtual dan

superfisial, keduanya seolah menjadi syarat wajib dunia tontonan (Sunardian, 2005: viii -1). Televisi memiliki kemampuan untuk membius, membohongi, dan melarikan masyarakat pemirsanya dari kenyataan – kenyataan kehidupan sekelilingnya. Tayangan yang lebih menonjol adalah pengeksploitasian, tercermin pada posisi masyarakat yang lebih sebagai obyek, daripada subyek. Berbagai bentuk materi siaran, apalagi yang berjenis hiburan seperti sinetron, kuis, infotainment atau reality show sering terlepas dari norma – norma. (Sunardian, 2005 : 13).

Di Indonesia , dunia pertelevisian berkembang pesat. Setelah selama 27 tahun pertelevisian di Indonesia dimonopoli oleh stasiun televisi pemerintah yaitu TVRI, yang didirikan sejak tahun 1962, monopoli ini akhirnya diakhiri dengan lahirnya stasiun televisi swasta. Diawali dengan lahirnya stasiun televisi swasta yang pertama yaitu RCTI pada tahun 1988. Setahun kemudian lahir stasiun televisi swasta berikutnya, SCTV, TPI, ANTEVE. Tahun 1995 Indosiar mulai mengudara. Dan beberapa tahun belakangan ini muncul stasiun swasta lainnya yaitu TRANS TV, LATIVI, TRANS7, GLOBAL TV dan JTV.

Televisi swasta pada hakekatnya lebih dilihat sebagai sebuah peluang bisnis. Rancangbangun awalnya lebih memperhatikan soal perhitungan – perhitungan bisnis ekonomi. Pada sisi lain, biaya operasional yang sangat tinggi, dimana itu semua berhadapan dengan keterbatasan dana dan kreativitas. Sehingga banyak stasiun televisi, mencari alternatif jalan teraman agar stasiun televisinya bisa bertahan. Yang dampaknya bisa dilihat banyaknya penyeragaman program – program acara. Itu semua terjadi karena stasiun televisi tidak berani secara segmented memilih pasarnya.

Dari sebelas stasiun televisi yang ada, satu sama lain susah untuk dibedakan ragamnya. Jika pun tampak berbeda, hanya Metro TV yang tampak berbeda, dengan mayoritas programnya adalah tayangan berita.

Kesamaan karakter ini pada akhirnya membuat persaingan televisi berlangsung dengan intensitas yang sangat tinggi, karena terjadinya perebutan segmen pasar yang tidak jauh berbeda. Yang terlihat kemudian adalah penyeragaman acaranya. Sudah menjadi rahasia umum, antar stasiun menjadi pengekor program yang dirasa sedang menyedot perhatian pemirsa.

Bila ada salah satu stasiun televisi yang sukses dengan salah satu tayangannya sinetron berjenis komedi maka dapat dipastikan akan banyak stasiun televisi lain yang akan langsung mengikutinya. Termasuk dalam hal ini maraknya acara audisi pencarian artis – artis baru, infotainment, sinetron misteri, maupun acara – acara yang berbau agama tertentu, sampai pada reality show.

Para pengelola televisi pada akhirnya terjebak didalam keyakinannya sendiri, yaitu tidak adanya penonton yang setia pada satu stasiun televisi. Masing – masing stasiun televisi berlomba – lomba untuk membuat suatu tayangan yang sedang tren. Karena mereka beranggapan itu merupakan cara merebut penonton. Rebutan penonton, yang ditandai dengan adanya rating, akan menjadi nilai penting bagi mereka untuk mendapatkan kepercayaan agensi periklanan. Iklan, merupakan satu – satunya penompang pendapatan stasiun televisi mereka, menjadi pertarungan terpenting bagi keberlangsungan hidup stasiun televisi.

Penyeragaman program tersebut membawa implikasi yang lebih jauh, yakni munculnya pola penayangan yang cenderung mengeksploitasi apa yang sedang menjadi mode, tren atau kesukaan masyarakat. Stasiun televisi saling berlomba – lomba untuk memanjakan hasrat dan selera penonton. Sementara ukuran – ukuran untuk tumbuhnya sebuah tayangan yang berkualitas, memiliki kedalaman, serta mempunyai dimensi eksplorasi kebudayaan perlahan terabaikan. Banyak program kemudian terjebak didalam kapitalisme, eksploitasi kultur pop yang dangkal. (<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/0904/06/1101.htm>).

Televisi mampu menciptakan kesadaran baru dan memberikan proses *learning social norms* yang lebih daripada media lainnya. (Sunardian, 2005 : 139). Namun jika televisi dihadapi dengan ketidakkritisian, dapat berakibat buruk. Kondisi ini semakin diperparah dengan kondisi Indonesia yang daya ekonomi, daya nalar, daya persepsi, daya abstraksi dan daya tawar yang tidak terdukung dengan sistem kebudayaan yang memadai. Tingkat kesiapan dan keterdidikan masyarakat Indonesia sangat rentan untuh mudah digoda. Apalagi mengetahui media televisi di Indonesia lebih banyak ditonton oleh masyarakat kelas menengah ke bawah. Masyarakat pada kelompok ini adalah masyarakat yang cenderung tidak kritis atau terbatas akses bandingannya. Memiliki kecenderungan menerima dalam konteks percaya pada kebenaran informasi yang diserapnya atau apatis dalam menyikapi semua kenyataan yang ada disekitarnya. Sehingga media televisi hanya menjadi pelayan yang menina-bobokan, tetapi tidak mempunyai daya untuk membangun masyarakat yang berkeadaban (Sunardian,2005: 139 146).

II.2. Talk Show, Pergeseran Dunia Hiburan Televisi Indonesia

Selama ini sungguh ironis sekali kondisi pertelevisian Indonesia. Acara televisi Indonesia, menurut Bandung TV Watch (2006), isi acaranya bisa dibilang hampir 70 % hanya berupa drama / sinetron, bukan tayangan yang mendidik, tema kekerasan, kejahatan, mistik dan pelecehan (seksual maupun profesi); reality show; berita kriminal; “bisnis SMS” lewat beragam idol; film india; games; infotainment. Dimana itu semua dominasi acara berbau hedonisme, mistis, kekerasan, pornografi, dan pornoaksi, fatamorgana, hiperealitas dan bertendensi mengeksploitasi pemirsa. Kondisi tersebut semakin membuat masyarakat menjadi bodoh, tidak kritis, apatis, eskapis, terlena, pemimpi, pelupa, pemistik, dan skeptis. (<http://www.kejut.com/massmedia>). Problem – problem sosial ataupun kejiwaan yang dimunculkan lewat film – film seri, drama seri, ataupun sinetron lebih sering merupakan problem sosial – psikologis masyarakat kota, setting sosial Jakarta dan pemakaian bahasa yang gaul dan populer ala Jakarta. Demikian pula tayangan berita, variety show, lebih terkonsentrasi pada masyarakat urban. Kuis dan infotainment, serta reality show, adalah prototype program – program dengan imagologi kota besar (Wiradono, 2005 : 19 - 26). Keceriaan dalam berbagai tayangan televisi adalah refleksi dunia perlawanan yang cenderung ironis dengan realitas masyarakatnya. Selain itu stasiun televisi sangat memiliki ketrgantungan yang sangat tinggi pada agen periklanan. Ketergantungan itulah yang membuat stasiun televisi di Indonesia tidak mandiri, inovatif dan tidak kreatif .

Di Indonesia, stasiun televisi yang hadir jumlahnya cukup banyak, 11 stasiun, dimana tidak ada variasi acara yang berarti. Jika satu stasiun televisi sukses dengan sebuah program, bisa dipastikan beberapa saat berikutnya, akan ada stasiun televisi lain yang segera mengekor langkah pesaing mereka itu. Terjadilah keseragaman program dan tema di sana-sini. Alasan di balik keseragaman tersebut adalah iklan. Sebuah program yang populer di masyarakat, pasti akan langsung dilirik pemasok iklan. Karena stasiun televisi memang hidup dari iklan, mereka pun berlomba-lomba memprediksi selera pasar atau mengekor program lain yang diminati publik.

Infotainment, mengindikasikan format dan kemasan tayangan program televisi dalam menyajikan informasi. Ciri paling menonjol, infotainment menyajikan informasi tetapi dikemas dalam bentuk hiburan. Selain itu, tayangan infotainment ini, menyorot sisi – sisi pribadi public figure, orang – orang populer, selebritis, yang hanya berbekal dengan satu – dua pertanyaan. Selebihnya imaji penonton akan diseret oleh citraan yang sudah melekat pada popularitas artis tersebut. Disini yang muncul hanya meminta statemen atau mengkonfirmasi statemen orang lain terkait dengan diri si artis. Saat ini infotainment telah menjelma menjadi industri hiburan dan memandang kehidupan sehari-hari selebritis adalah bagian dari komoditas. Dari pantauan KPI, hingga Agustus 2005, dalam satu hari atau 1 x 24 jam layar televisi kita sanggup menyajikan program infotainment selama 13 jam. Selama kurun waktu 2002 hingga 2005, tampak sekali betapa jumlah program infotainment di televisi swasta nasional selalu meningkat. Ada banyak ragam, format, dan nama infotainment. Dalam masa-masa awal kemunculannya, pemirsa televisi di Indonesia

pernah disodori 209 judul program infotainment di 10 stasiun televisi swasta. (<http://www.fajar.co.id/news.php?newsid=25920>). Yang membuat miris bila semua hal negatif digunjingkan, mulai dari pertengkaran anak dengan orangtua, hamil di luar nikah, kawin cerai, dan sebagainya. Karena ditayangkan terus-menerus, hal tersebut menjadi sesuatu hal yang biasa. Bahkan bila melakukan tindakan seperti tersebut menjadi sesuatu yang membanggakan karena dilakukan oleh orang-orang terkenal. Saat ini menjadi tren di masyarakat. Terlepas dari itu semua biaya produksi untuk acara infotainment relatif lebih murah, polanya standar, tetapi dapat mendatangkan iklan yang laris manis.

Reality show merupakan format tayangan yang memunculkan emosi – emosi spontan, tak terkendali, di luar dugaan, yang bisa menghasilkan syaraf keharuan, syaraf tertawa bagi masyarakat pemirsanya. Reality show yang populer di Indonesia terpecah menjadi dua tema. Yang pertama mengambil tema misteri, seperti Dunia Lain, Percaya Nggak Percaya, atau Gentayangan. Sementara, yang kedua mengambil tema remaja dan percintaan atau tentang kemiskinan manusia. (www.suarapembaruan.com/News/2004/01/02/Budaya/bdy1.htm - 13k). Fenomena reality show bertema remaja di Indonesia diawali oleh Katakan Cinta atau KC (RCTI). Hal itu lantas mendorong hadirnya program-program serupa. Kini, ada beragam reality show remaja di layar kaca dengan berbagai judul. Ada Harap-Harap Cemas (SCTV), Playboy Kabel (SCTV), dan Venus and Mars (TV7), Lemon Tea (SCTV). Selain itu masih adanya semacam uang kaget, bedah rumah dan acara-acara sejenis. Seringkali dalam acara semacam ini, orang-orang miskin dengan segala

penderitaannya menjadi tontonan publik di mana sang tertolong bahkan sampai menangis terisak-isak ketika diberi bantuan uang oleh sang penolong (semakin banyak air mata yang keluar, semakin membuat orang terharu dan semakin bagus rating acaranya). Memang acara semacam ini akan mengugah kepedulian penonton untuk melihat kondisi yang real yang ada di masyarakat, namun apakah etis kemiskinan orang diekspos di tempat publik.

Current Affair/ berita kriminal adalah tayangan yang bersifat terkini seperti berita-berita aktual namun lebih cenderung menampilkan sisi kriminalitas. Seperti Buser (SCTV), Patroli (Indosiar), Sergap (RCTI), Fakta (antV), Derap Hukum (SCTV), dan Jejak Kasus (Indosiar). Tak pelak, tayangan seperti itu dikecam habis-habisan oleh publik. Pasalnya, mereka menampilkan kekerasan secara vulgar dan nyaris tanpa sensor, korban kejahatan yang tidak disensor, pengambilan gambar korban secara close up, reka ulang tindak kejahatan yang tidak etis (seperti reka ulang kasus perkosaan), dan nama pelaku kejahatan tidak disamarkan. Padahal, pelaku belum ditetapkan sebagai terdakwa. Isi berita juga cenderung semakin sadis. (www.suarapembaruan.com/News/2004/01/02/Budaya/bdy1.htm - 13k). Orang yang membunuh temannya karena tersinggung, cucu yang membunuh nenek demi uang, perampokan, pemerkosaan, penggerebekan tempat-tempat maksiat adalah tema-tema standar yang disajikan dalam acara ini. Secara tidak langsung, masyarakat akan berpikir bahwa melakukan kejahatan itu adalah hal yang biasa, dimana itu sudah biasa terjadi dimana-mana, terlebih semua koran dan televisi pun mengumandangkan kenyataan semacam ini. Akibatnya, memberi inspirasi modus operandi baru untuk

tindak kriminal, karena umumnya berita yang disampaikan adalah usaha penangkapan. Tetapi tidak disertai informasi pemberlakuan tindakan hukum perundang-undangan yang semestinya.

Sinetron, kembali lagi kemelorotan moral manusia menjadi sajian utama ataupun bumbu-bumbu yang menarik dalam sinetron. Dari berbagai tema sinetron yang muncul, terasa bagaimana setting sosial kebanyakan sinetron tersebut tidak secara nyata ada di Indonesia. Pemakaian artis yang sama dan setting sosial Jakarta, pemakaian bahasa yang gaul dan populer ala Jakarta seperti Lu-Gue mendominasi wajah televisi. Sinetron menjadi unggulan program lokal dan merajai prime time hampir semua stasiun televisi. Perang sinetron antar stasiun televisi untuk merebut perhatian pemirsa televisi dimulai. Dimana yang berlaku kemudian adalah sistem rating. Semakin tinggi rating yang diperoleh, semakin banyak jumlah penontonnya, maka semakin tinggi pemasukan iklannya. Fenomena lain adalah banyaknya produksi sinetron yang mengutamakan popularitas bintang utamanya. Ceritanya boleh tentang apa saja sepanjang bintangnya populer pasti sinetronnya akan banyak ditonton orang. Akibat pendewaan terhadap rating inilah kemudian muncul produksi sinetron kejar tayang. Produksi dilakukan secara cepat untuk mengantisipasi rating. Kualitas sinetron pun akhirnya diabaikan. Terlebih lagi sebagian besar waktu prime time dikuasai melalui sistem blocking time oleh production house besar seperti Multivision dan Starvision sehingga keinginan mengisi space yang sudah dibeli lebih penting dibandingkan menjaga kualitas sinetron. (<http://www.kejut.com/massmedia>). Istri yang selingkuh, ibu tiri yang kejam, suami yang memukul istri, dan berbagai

adegan lain menjadi tontonan sehari-hari. Di sisi lain, kehidupan keluarga yang ada dalam sinetron seperti dalam mimpi. Di tengah krisis ekonomi dan politik yang melanda, kemewahan dalam sinetron menjadi hal yang biasa. Keluarga yang kaya raya, figur yang cantik dan tampan, perusahaan milik keluarga, rumah mewah, mobil mewah, baju mahal, belanja berlebihan, restoran mewah, handphone merupakan atribut visual yang seolah menjadi keharusan. Tanpa peduli dengan karakter tokoh yang dimainkan. Selain tidak realistis, kebanyakan sinetron menggambarkan perempuan dan laki-laki secara stereotip. Perempuan digambarkan sebagai sosok yang lemah, cengeng, tertindas, tidak mandiri dan tergantung laki-laki. Perempuan juga hampir selalu diposisikan dalam ruang yang terbatas yaitu ruang domestik. Perempuan yang berada di sektor publik hanya digambarkan bekerja di kantor sebagai status saja, sementara ceritanya masih berkutat pada masalah cinta maupun ruang domestiknya. Sementara laki-laki digambarkan sebagai sosok yang kuat, tegar, mempunyai kekuasaan, mandiri dan melindungi. Bahkan yang lebih parah, ada production house yang dengan bangganya mencuri ide tanpa menyebutkan sumbernya, lalu mengakui itu sebagai hasil karyanya (Plagiarism). Salah satu contoh adalah sinetron Buku Harian Nayla yang hampir 90% mirip dengan drama Jepang 1 Litre of Tears atau Siapa Takut Jatuh Cinta yang mirip Meteor Garden.

Sinetron berbau agama dan mistik, cenderung hanya menakut-nakuti tentang surga dan neraka, merupakan tayangan segala sesuatu yang berbau klenik, alam gaib (mistik), atau fenomena dunia gaib (supranatural), hampir seluruh stasiun televisi kini menjadikannya sebagai program unggulan. Sepintas, tak ada yang berbeda antara

satu program religius/ misteri dan program religius/ misteri lainnya. Semua sama-sama menjadikan setan, hantu, dan segala hal yang membuat bulu kuduk berdiri sebagai suatu komoditas. Yang membedakan hanyalah cara mengemas dan format masing-masing acaranya. Bahkan, belakangan, tema misteri itu juga dikolaborasikan dengan tema lain, seperti komedi atau laga, Menanggapi fenomena seperti itu, banyak kalangan, terutama cendekiawan, pendidik, dan agamawan, yang berpendapat, program misteri seolah-olah membodohi masyarakat. Penduduk Indonesia yang sudah berangsur-angsur meninggalkan ketertinggalan pola berpikirnya, kini malah diseret kembali ke masa lalu oleh program-program semacam itu. (www.suarapembaruan.com/News/2004/01/02/Budaya/bdy1.htm - 13k). Bangsa Indonesia ibarat kembali terpuruk ke masalah mistis, misteri, klenik dan hal-hal gaib, seperti yang dialami ratusan tahun lalu. Yang pasti, tayangan misteri/ religius di televisi mampu menyedot penonton secara massal.

Dampak terpaan televisi yang terus-menerus ini, membuat masyarakat, terlebih lagi anak-anak dan remaja cenderung menganggap sensualitas, kekerasan, dan dunia hantu sebagai hal wajar. Tubuh setengah telanjang, rayuan, pelukan, ciuman, dan sebagainya jadi dianggap wajar. Berbagai nilai buruk dan negatif yang menghambat perkembangan manusia dikonstruksikan menjadi nilai-nilai lumrah. Acara-acara semacam ini yang disukai oleh pemirsa dan ratingnya tinggi.

Baru – baru ini sejak era reformasi, di Indonesia talk show tiba-tiba menjadi acara yang sangat populer di media televisi. (neumann.f2o.org/sarlito/talk_show.html - 15k). Kadang-kadang juga off air, berupa seminar-seminar, sareshan, diskusi atau

debat yang mengambil tempat di hotel atau di kafe. Fokusnya pun bermacam – macam, mulai dari topik yang serius sampai topik yang ringan – ringan – ringan. Tayangan talk show ini mendobrak acara yang ada di televisi, yang selama ini diisi oleh drama, naratif dan komedi situasi dan bisa dibilang hampir 70 % hanya berupa drama / sinetron, bukan tayangan yang mendidik, tema kekerasan, kejahatan, mistik dan pelecehan (seksual maupun profesi); reality show, infotainment. (<http://www.kejut.com/massmedia>).

II.3. Talk Show : Komuditas Baru Televisi Indonesia

Berbagai bentuk tayangan dimunculkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya pemirsa TV, yang haus akan tayangan yang informatif, namun juga menghibur. Salah satu diantaranya tayangan yang informatif dan menghibur adalah *talkshow*. Saat ini, komposisi program *talkshow* termasuk yang terbesar. Di antara program informasi lainnya, berdasarkan durasi tayangnya, persentasenya adalah 23 persen, hampir menyamai program infotainment, 24 persen.

Talk show, acara ini dapat dikategorikan sebagai acara hiburan yang banyak menyajikan informasi, fokusnya bermacam – macam, mulai dari topik yang serius sampai topik yang ringan – ringan. Sasaran audiens dari acara talk show adalah khalayak yang memiliki intelektualitas atau memiliki tingkat pendidikan sedang hingga tinggi. (neumann.f2o.org/sarlito/talk_show.html - 15k).

Seperti diketahui ada beragam tema talk show dibuat, mulai dari topik yang berat, ringan hingga masalah kesehatan. Sebagian punya konsep dan tujuan yang jelas, tapi tidak sedikit pula yang tidak jelas konsep dan arahnya. Bahkan disini ada pola atau pattern yang jelas dan sama dari hampir tiap talk show yang ada. Alasannya tentu saja karena ini menyumbangkan banyak iklan bagi stasiun televisi. Sebagai sebuah industri, televisi tidak lagi mementingkan apakah tayangannya menaikkan peradapan manusia atau justru menurunkannya. Namun persoalan rating adalah yang utama. Nilai jualnya terletak pada lakunya tidaknya talk show tersebut pada khalayak. Tak jarang di tiap episode tayangnya, pasti disertakan bintang tamu wanita yang tentu saja berpenampilan menarik dan seksi maupun selebritis yang sedang naik daun saat ini. Selain itu, terkadang pertanyaannya terlalu sederhana dan dangkal, seputar gosip / isu yang lagi hangat menimpa si bintang tamu, daripada menyangkut topik – topik lain yang lebih umum dan bisa membagi pengetahuan/ informasi bagi penonton. Baru beberapa saja yang bisa menghibur dan menambah pengetahuan / informasi atau yang bisa mengangkat topik – topik umum, sosial, realitas yang ada di sekitar kita.

Acara talk show sendiri di ptelevisian Indonesia cukup banyak, seperti Dewa Dewi Malam (TPI), Bincang Bintang (RCTI), Midnight Show (SCTV), Empat Mata (Trans 7), Back To Beck (Metro TV), Kick Andy (Metro TV), Dorce Show (Trans TV), OM Farhan (antV), Lepas Malam (Trans TV), SMS (Senin Malam Show (SCTV)), Ringgo Star (antV), Ceriwis (Trans TV), dan masih banyak lagi. Dengan adanya beragam pilihan tontonan *talkshow*, akan membuat setiap stasiun televisi berlomba untuk menyuguhkan tayangan menarik.

II.4. Talk Show Obrolan Malam Farhan (OM Farhan)

Talk show Obrolan Malam Farhan (biasa dikenal dengan istilah OM Farhan) ini merupakan salah satu program unggulan yang ditayangkan oleh stasiun televisi antV. Episode perdana OM Farhan dimulai pada tanggal 1 Mei 2006. Obrolan Malam Farhan atau yang lebih biasa dikenal dengan OM Farhan ini merupakan program yang ditayangkan setiap hari Kamis pukul 22.30 WIB. Kemudian berganti jadwal tayang menjadi setiap hari Senin, Rabu dan Jumat pukul 21.00 WIB hingga pukul 23.00 WIB. Namun baru – baru ini mulai sejak tanggal 7 Mei 2007 tayangan talk show OM Farhan berubah waktu penayangannya. OM Farhan hanya tayang setiap hari Rabu dan Jumat pukul 21.00 WIB. dengan durasi tayang satu jam. Mulai 5 Juni 2007 OM Farhan juga tayang edisi Weekend yang tayang tiap hari Sabtu dan Minggu mulai pukul 19.00 Wib – 20.00 WIB. Obrolan tengah malam ini dipandu oleh host yang berbakat dan tidak asing lagi Farhan. Program yang dibagi dalam beberapa segmen ini mempunyai tema berbeda – beda di setiap segmennya, dengan mengangkat topik – topik menarik/ hiburan dan berita yang teranyar hari ini dan disertai dengan gambar – gambar yang disampaikan dengan kocak dan lelucon yang pintar sehubungan dengan berita tersebut disertai adanya segmen liputan OM mengenai peristiwa/ topik yang akan diangkat oleh Hilbram Dunhar. Program ini juga akan menghadirkan tamu – tamu yang terkenal tidak hanya dari kalangan selebritis saja tapi juga dari kalangan politikus terkenal, pemerintahan ataupun pengusaha sukses. (<http://www.an.tv.com>)

Konsep acara yang disiarkan langsung dari Studio antV di Pengadegan ini, dikemas oleh tim kerja Farhan dan diolah kembali oleh tim antV. Khusus untuk proyek acara ini, tim Farhan telah menandatangani kontrak selama dua tahun.

Acara talk show OM Farhan yang merupakan singkatan dari Obrolan Malam Farhan ini menampilkan satu skin acara bincang bincang yang apik, berbobot namun tidak terkesan serius sekali. Acara talk show ini memang didesain santai enak ditonton, banyak menghibur namun tetap fokus terhadap pembicaraan yang sedang dibahas biasanya masalah masalah sosial di seputar kita yang lagi in. Farhan sebagai host acara ini memang memberikan daya tarik tersendiri, sebagai satu dari MC cowok terbaik di Indonesia, Farhan mampu mengisi roh acara ini sedemikian menariknya sehingga penonton hanyut menikmatinya dari awal hingga akhir. Tema dan materi yang diangkat juga sangat menarik dan pembawaan dari Farhannya sendiri memang seorang yang piawai membawakan acaranya. Kendati acara ini membahas masalah-masalah serius tetapi kemasannya dibuat sedemikian rupa sehingga menarik untuk disimak. Pengungkapan suatu masalah dilakukan dengan gaya santai diiringi dengan gelitik-gelitik humor segar. Banyolan Farhan, sering dihubung-hubungkan dengan realita yang ada, kadang sedikit menyindir. OM Farhan didalam setiap penanyangannya juga selalu menampilkan musik dari Home Band OM Farhan dan Band/ Penyanyi Tamu. Selain untuk menghibur, acara ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat luas.

OM Farhan tidak seperti kebanyakan talk show yang ada di Indonesia. Talk show yang ada cenderung menampilkan topic – topic tertentu/ informasi dan

pengalaman para public figure, mengikuti perjalanan hidup nara sumber. Serta yang cenderung hanya membahas seputar canda, menyinggung kemolekan bintang tamu, dan memperbincangkan gosip selebritis saja, yang isinya menyerempet ke arah seks, atau penuh dengan bintang tamu wanita yang seksi dan menarik. Selain itu pertanyaannya terlalu sederhana, “Katanya si A baru putus dari si B yaaa?” seperti pertanyaan yang biasa dijumpai di koran, majalah atau acara gosip. Tidak ada informasi tambahan yang “menggigit”. Tayangan OM Farhan selain menyajikan hiburan, entertainment, musik, juga dapat ditemui informasi yang bisa bikin penonton merasa kalo wawasannya sedikit bertambah. (<http://www.suarakarya-online.com/news.html?id=145065>). Ini terlihat dari penanyangan OM Farhan yang hingga saat ini tidak hanya menghadirkan tamu – tamu yang terkenal dari kalangan selebritis saja, tapi juga dari kalangan politikus terkenal, pemerintahan ataupun pengusaha sukses bahkan hingga orang – orang biasa yang tiba – tiba menjadi cover media cetak maupun seputar peristiwa penting yang terjadi di Indonesia. Seperti misalnya OM Farhan pernah menghadirkan ketua DPP PAN, interaktif bersama pasien face off Siti Nurjazillah atau Liza (http://www.Pintunet.com/lihat_opini.php?), pedagang Roti Bakar Edi (Jakarta) yang berbagai pengalaman bagaimana tanpa mengenyam pendidikan bisa menjadi pengusaha sukses, pengusaha “Baba Rafi” asal Surabaya yang merupakan seorang protolan Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) di tengah jalan hingga mendapatkan penghargaan bergensi, adanya liputan yang membahas masalah korban Gunung Merapi, bahkan Farhan turun ke lapangan dan ikut meliput langsung dari kawasan lereng Gunung Merapi dan

aktif mewawancarai para pengungsi korban letusan gunung berapi di Jateng ini. Farhan juga memberikan kesempatan kepada penonton dirumah untuk bisa berinteraksi langsung dengan warga masyarakat disekitar Gunung Merapi. Para penonton bisa menghubungi warga seputar Gunung Merapi, khususnya yang tinggal di Desa Hargobinangun, kecamatan Pakem, Yogyakarta. Selain itu talk show OM Farhan ini juga menayangkan liputan khusus mengenai luapan lumpur Lapindo dari Porong, Gempu Jogja, Banjir LimaTahunan Jakarta, Tragedi Kekerasan dalam IPDN. Di episode ke -- 100nya OM Farhan mengundang Sumanto "si tokoh kanibal" sebagai bintang tamu (<http://www.suarakarya-online.com/news.html?id=145065>). Bahkan ketika baru -- baru ini Indonesia sedang berduka karena peristiwa hilangnya pesawat Adam Air dan tenggelamnya kapal Senopati, OM Farhan mengundang keluarga korban Adam Air sebagai bintang tamu. Selain itu ketika dunia di gemparkan dengan peristiwa tragedi pembantaian di Kampus Virginia Tech, yang juga mengakibatkan salah satu warga negara Republik Indonesia, Partahi Mamora Halomoan Lumbantoruan tewas di dalam insiden tersebut, OM Farhan mengangkat topik tersebut pada penanyangannya tanggal 18 April 2007 dan mendatangkan secara langsung Ibu dari Mamora.

Ketika para wanita Indonesia sedang memperingati hari Kartini, OM Farhan didalam tayangannya pada 20 April 2007 juga turut merayakan Hari Kartini,dengan mengangkat topik tentang bagaimana para wanita massa kini masih tetap bisa berkarya bagi dirinya, keluarga, bangsa dan negaranya. Hal ini dibuktikan dengan mengundang para wanita yang tergabung sebagai anggota ABRI, Angkatan Laut,

Polri (Polwan), dan Korps Wanita Angkatan Darat. Bagaimana para wanita tersebut menceritakan bahwa mereka dapat membuktikan sebagai wanita mereka tidak melupakan kodratnya mengurus rumah tangga dan keluarganya, tetapi mereka masih bisa menjaga keamanan dan persatuan negaranya.

Sedangkan pada tayangannya pada tanggal 2 Mei 2007, yang merupakan hari Pendidikan Nasional, OM Farhan mengundang para pendidik bangsa yaitu para guru. Dimana didalam acara tersebut hadir bapak Jhon Hendra yang merupakan pengurus air mata guru Madura. Beliau menceritakan bagaimana selama ini para guru banyak mengalami kezaliman dan tekanan dari berbagai pihak dibidang pendidikan, dan kecurangan – kecurangan selama ini yang terjadi didalam UNAS. Bahkan bukti – bukti tersebut tertuang dalam suatu paper yang akan diserahkan kepada presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Selain itu para guru menyesalkan betapa kecilnya gaji mereka dari pemerintah dan kurang perhatiannya pemerintah terhadap nasib para guru.

Memperingati acara talk show OM Farhan yang telah menemani pemirsa selama setahun, di episodenya yang ke - 168 pada tanggal 09 mei 2007, OM Farhan menampilkan para bintang tamu favorit pilihan pemirsa yang selama ini pernah menjadi bintang tamu di acara OM Farhan. Mereka adalah Julia Perez; Usy Sulistyowati; Shanty; Anya Dwinow; Nico Siahaan; pasangan Nur dan Indris yang merupakan pasangan yang melangsungkan pernikahan di dalam panci akibat adanya banjir lima tahunan Jakarta; Dimas (seorang pelajar yang ketika Presiden Susilo Bambang Yudhoyono memimpin upacara memperingati hari Pramuka, nekad

menerobos pasukan paspampres untuk berbicara langsung dengan presiden, dan menceritakan betapa mahalnya pendidikan di Indonesia hingga orang tuanya tidak mampu membayar SPP), dan Sumanto “Si manusia pemakan manusia”. Dan pada penayangannya tanggal 23 Mei 2007, OM Farhan mengangkat topik Tragedi ITC Permata Hijau 17 Mei 2007, dimana pada tanggal 17 Mei 2003 telah terjadi kecelakaan sebuah mobil yang dikendarai oleh satu keluarga Topan Rusli Afandi, Trisna Triatna, dan anak mereka Samuel, terjun bebas dari lantai 7 parkir ITC Permata Hijau setelah menabrak tembok pembatas. Didalam penayangan tersebut OM Farhan mengundang bapak A. Toni yang merupakan kakak kandung dari korban meninggal Topan Rusli Afandi, dan bapak Prof. Irwan Katili, DEA (Ketua Dept. Teknik Sipil UI) untuk membahas lebih dalam tragedi tersebut. Memperingati Hari Narkoba pada penayangannya 30 Mei 2007, OM Farhan mengangkat topik “Lembaga Perasyarakatan Narkotika” dengan bintang tamu artis Zarima, Kalapas Narkotika Jakarta Bpk. Hj. Djoko, dan perwakilan dari narapidana Cipinang yang terkena kasus narkotika.

OM Farhan juga mengangkat tema – tema yang menggelitik yang cukup menarik untuk dibahas, seperti pada tayangan 7 Mei 2007 OM Farhan mengundang Eko Patrio, Ruben, Ari Molen sebagai bintang tamu dengan topik “Bagaimana Pelawak Mempunyai Sense Humor Memandang Kehidupan”. Pada tayangan 15 Mei 2007, dengan tema “Jalan – Jalan Melihat Pemandangan Ancol di malam hari”, OM Farhan bersama dengan selebritis Indra Beki, Iwak K, Arie Daging berjalan – jalan menikmati pemandangan malam hari Ancol, mulai dari aneka makanan, games

hingga naik perahu bersama – sama menyusuri sungai – sungai Jakarta. Memperingati ulang tahun Jakarta OM Farhan pada tayangan 22 Mei 2007, mengangkat topik komedi “Calon Gubernur Betawi” dengan bintang tamu Mpok Nuri, Bang Mastur sebagai calon gubernur Betawi . OM Farhan juga menampilkan para musisi Glen Fredly, Molucas, Boyband Masnait yang semua penyanyi tersebut berasal dari Maluku sebagai bintang tamu didalam tayangannya 27 Mei 2007, dengan topik “Maluku dan Global Warning”. OM Farhan juga mengajak pemirsa untuk bernostalgian dengan acara kuis – kuis terdahulu yang legendaris dengan mengangkat tema “Bermain Dalam Kuis – Kuis Legendaris Terdahulu ” pada 29 Mei 2007 dengan bintang tamu Nico Siahaan, Happy Salma, Koes Hendratma, Aam Kusman, dan Bob Totopoli. Pada edisi weekend tanggal 14 Juli 2007, OM Farhan mengangkat topik “Seks dan Party”, bagaimana saat ini seks dan party sudah menjadi gaya hidup masyarakat indonesia dengan bintang tamu selebritis Indah Kalalo, Dave Hendrik, Alanis, dan DJ Ai dari Bali.

Selama bulan Ramadhan tahun 2007, OM Farhan ikut turut menyambut bulan spesial umat islam, dengan memodifikasi format acaranya dan berubah menjadi sebuah tayangan talk show Ramadhannya Farhan, dengan jam tayang 18.30 – 19.00 dengan tayang setiap hari sebulan penuh di bulan Ramadhan, dengan siaran ulang pada pukul 04.00 WIB. Ramadhannya Farhan menampilkan sebuah program story telling yang bercerita tentang berbagai prestasi yang dicapai oleh orang-orang yang berasal dari kalangan selebritis hingga orang-orang awam. Dengan kata-kata mereka sendiri, para Bintang tamu berbagi kepada pemirsa di rumah. Mereka tak hanya

membagi bagian hidup mereka yang paling menantang, tapi juga bagaimana keimanan mereka membantu mengatasi dan menyelesaikan masalah-masalah yang mereka hadapi. Tayangan ini diharapkan kisah-kisah mereka bisa memberikan inspirasi bagi pemirsa di rumah, sekaligus memberikan pengaruh yang kuat dan menjadi bahan perenungan di bulan suci Ramadhan ini. (<http://www.an.tv/s/?sid=5&programid=1113>). Khusus untuk hari sabtu dan minggu ada segmen khusus, pencarian Qori dan Qoriah. Farhan bersama tiga orang juri, Teh' Ninih, Astri Ivo dan ustadz Ahmad Al Hasby akan mengunjungi pesantren untuk menari Qori dan Qoriah terbaik. Untuk Anda pecinta kuliner, Farhan pun akan menampilkan liputan tempat berbuka yang seru dan meghidangkan makanan lezat. Ini bisa jadi referensi Anda untuk berbuka.

Talk show OM Farhan tidak seperti talk show kebanyakan yang ada di Indonesia. Seperti saat ini talk show yang ada topic yang diangkat cenderung terfokus pada topic tertentu, selain itu kebanyakan disetiap penampilannya selalu menjadikan selebritis sebagai bintang tamunya. Kupasan atas sebuah masalah dan atau pada sosok bintang tamu tidak lebih dari sekedar menyangkut wilayah tubuh, basa-basi, artifisial, mengangkat gosip / isyu yang sedang menimpa si bintang tamu, dan sering hanya sarana untuk melahirkan improvisasi kelucuan maupun lawakan host acaranya. Bintang tamu adalah gantungan pemanis dan tak jarang bintang tamu harus siap dikorbankan. Beberapa pertanyaan dilontarkan kepada bintang tamu. Tetapi yang sering terjadi, pertanyaan tersebut tidak mendapatkan jawaban dan terlewat begitu saja.. Dari sudut pandang talk show yang terlihat adalah sebuah

live musik dari home band maupun band/ penyanyi tamu.

ADLN - Perpustakaan Universitas Airlangga

Ditinjau dari sudut iklan, pendapatan iklannya juga cukup baik. Ini dapat dilihat tayangan OM Farhan, selama jeda iklan selalu menampilkan iklan antara 10 – 15 iklan per tiap kali jeda. Sedangkan dari sudut rating acara, OM Farhan menempati posisi 56.73%; OM Farhan Weekend 56.10% dan Ramadhannya Farhan 56.10%. (<http://www.an.tv/>). Talk show OM Farhan berdasarkan poling pintunet.com, dengan poin penilaian tertinggi 4,3. dari 100 orang mengatakan tayangan OM Farhan kualitas moderator talk show mendapatkan nilai 3,9; subyek dan tema pembicaraan dengan nilai 3,8; kualitas narasumber mendapatkan nilai 3,3; perbandingan dengan acara serupa mendapat nilai 3,3; dan penilaian terakhir apakah rutin mengikuti tayangan OM Farhan mendapatkan nilai 3,2.

OM Farhan (ANTV)

disarankan oleh 100% penulis

Nilai Overall



4.3

Kualitas Moderator Talkshow	3.9
Subyek dan Tema pembicaraan	3.8
Kualitas Narasumber	3.3
Perbandingan dengan acara serupa?	3.3
Apakah rutin mengikuti acara ini?	3.2

http://www.pintunet.com/produk.php?vproduk_id=talkshow_os13&vpid=441101070103



BAB III

Penerimaan Khalayak Mahasiswa Surabaya Terhadap Tayangan Talk Show OM Farhan di antV

Focus Group Discussion (FGD) pada “Penerimaan Khalayak Mahasiswa Surabaya Terhadap Tayangan Talk Show OM Farhan ” di adakan satu sesi dengan jumlah responden duabelas orang. Dari FGD tersebut menghasilkan narasi – narasi kualitatif yang nantinya oleh peneliti akan dianalisis dan diinterpretasikan. Analisis dan interpretasi data dicatat dalam bentuk transkrip, dimana pembacaan transkrip dilakukan secara seksama, juga dengan proses pemberian kode – kode tertentu berkaitan dengan *spoken discourse* yang muncul berkaitan dengan masalah yang diteliti (Yanish, 1995). Semua narasi yang dihasilkan FGD berasal dari partisipan dengan latar belakang yang beragam, yaitu kelas social, dan latar belakang ekonomi dan budaya. Kode – kode tersebut nantinya mengarah pada pengelompokkan berdasarkan kategori – kategori yang akan diinterpretasikan. Kategori – kategori yang muncul tersebut terdapat pada data, bukan pada pembentukan hipotesis – hipotesis awal, yang juga merupakan strategi dari metode penelitian eksploratif / *grounded theory methodology* (Lull, 1998). Sebelumnya narasi – narasi tersebut akan dimasukkan ke dalam tema yang telah dibatasi untuk menjawab rumusan masalah penelitian mengenai bagaimana penerimaan

(interpretasi dan pemaknaan) mahasiswa Surabaya terhadap tayangan talk show OM Farhan. Tema – tema tersebut mengenai konteks – konteks yang mempengaruhi negosiasi makna partisipan mahasiswa dan budaya menonton, serta persepsi partisipan terhadap tayangan OM Farhan. Data tersebut kemudian digabungkan dengan data pencatatan notulen dan pengamatan peneliti terhadap para partisipan selama diskusi berlangsung.

III.I. Konteks – Konteks Yang Mempengaruhi Penerimaan Khalayak.

III.1.1. Pola Partisipan Dalam Menonton Televisi.

Dalam mengkonsumsi televisi para partisipan memiliki pola yang berbeda – beda. Aksesibilitas tinggi yang dimiliki oleh partisipan terhadap media massa tidak selalu memunculkan kedekatan – kedekatan antara media massa, dalam hal ini televisi. Kemudahan akses terhadap televisi tidak bisa menjamin munculnya kedekatan hubungan dengan khalayaknya. Hal itu tersebut juga dipengaruhi oleh semakin berkembangnya teknologi. Semakin banyaknya media – media alternative yang digunakan oleh khalayak, seperti Internet, Radio, Tabloid, Majalah, Koran. Selain itu juga padatnya aktivitas partisipan, sehingga tidak mempunyai waktu yang cukup untuk mengkonsumsi televisi. Keberadaan televisi yang juga terdapat didalam kamar tidur partisipan juga tidak terlalu berpengaruh bagi partisipan. Keberadaan

televisi di kamar, tidak menjamin maka intensitas partisipan menonton televisinya tinggi.

Bagi partisipan A, dengan aktivitas yang padat, selain sibuk kuliah dan juga menjadi guru les privat bahasa Inggris, frekuensi menonton TVnya cukup tinggi, yaitu 5 jam dalam sehari. Hal ini tidak terlepas dari keberadaan televisi di kamar tidurnya, sehingga akses untuk mengkonsumsi televisi sangat mudah. Bagi partisipan A, walaupun mengkonsumsi majalah Cosmopolitan, Go Girl, Koran Jawa Pos, serta penggemar radio EBS dan M Radio, dan dengan kesibukan yang padat tidak mengurangi frekuensi menonton TVnya. Hal ini juga dikarenakan partisipan A, jika memiliki waktu luang digunakan untuk menonton TV.

Partisipan B, walaupun tidak memiliki TV di kamarnya, frekuensi menonton TV sama dengan partisipan A, yaitu 5 jam sehari. Dengan aktivitas yang padat, selain kuliah juga menerima les privat, tidak mengurangi frekuensi menonton TVnya. Bahkan walaupun mengkonsumsi media Majalah Cosmopolitan, Koran Jawa Pos, Novel, Komik, hingga Radio, tidak berpengaruh terhadap frekuensi menonton TVnya.

Partisipan C, aktivitasnya yang hanya kuliah saja serta yang tidak memiliki TV di kamar tidurnya, frekuensi menonton TVnya hanya 3 jam sehari. Media lain yang dikonsumsinya adalah tabloid Nyata, Koran Jawa Pos dan Radio.

“Ehm...kalau aku pasti sering nonton TV. Tapi paling sering sih malam. Biasanya mulai dari jam 7 mpe jam 9. Paling biasanya cuma 2 jam'an sih”.

(partisipan C, FGD 27 Okt 2007)

Partisipan D, yang tidak memiliki TV dikamar, frekuensi menonton TVnya hanya 3 jam sehari. Dengan aktivitasnya yang hanya kuliah saja, tidak membuat frekuensi partisipan D dalam menonton TV tinggi. Partisipan D juga mengkonsumsi media Koran Jawa, radio dan internet.

Bagi partisipan E, dengan aktivitas hanya kuliah saja, frekuensi menonton TVnya hanya 3 jam sehari. Keberadaan TV dikamar tidurnya tidak berpengaruh bagi partisipan E. Partisipan E juga mengkonsumsi media lain selain TV, seperti majalah Cosmopolitan, Koran Jawa Pos, Radio, dan Internet, mempengaruhi frekuensi menonton TVnya.

Partisipan F, dengan aktifitas hanya kuliah saja, frekuensi menonton TVnya hanya satu jam saja. Keberadaan TV dikamarnya tidak menjamin frekuensi menonton TVnya tinggi. Ini dipengaruhi oleh partisipan F yang juga mengkonsumsi majalah Asri, Laras, Idea, Indonesia Design, Koran Jawa Pos dan Internet. Selain itu kuliahnya yang di jurusan Arsitektur, menuntut dirinya untuk mengerjakan tugas – tugas kuliahnya dan selalu pulang malam kerumahnya dengan kondisi fisik yang capai setelah seharian beraktifitas.

“Kalo aku paling satu dua jam’man. Soalnya sudah gak sempet lagi nonton TV. Paling kerumah main computer doang”.
(partisipan F, FGD 27 Okt 2007)

Partisipan G, dengan aktivitas yang hanya kuliah saja dan tidak memiliki TVdikamar tidurnya, frekuensi menonton TVnya 3 jam sehari. Media yang dikonsumsi selain TV adalah Koran Jawa Pos, radio dan internet.

Partisipan H, dengan aktifitas kuliah dan mengikuti kegiatan REMAS (Remaja Masjid) dilingkungan tempat tinggalnya, konsumsi menonton TVnya sebanyak 4 jam sehari. Keberadaan TV dikamar tidurnya tidak membuat konsumsi TVnya tinggi. Ini tidak terlepas dari banyaknya tugas – tugas kuliah yang harus dikerjakannya, sehingga sedikit sekali memiliki waktu luang. Selain itu diwaktu luang partisipan H lebih suka menggunakannya untuk mengotak –atik sepeda motornya, bermain computer, menggunakan internet. Selain itu banyaknya alternative media lain yang dikonsumsi seperti internet, radio, Koran Jawa Pos.

Partisipan I, dengan aktifitas hanya kuliah saja, konsumsi televisinya biasanya hingga 6 jam sehari. Ini tidak terlepas dari aktifitasnya yang cukup padat, selain kuliah juga sibuk menyelesaikan skripsinya. Dengan 2 jam menonton disiang hari, dan berlanjut di malam hari mulai pukul 21.00 WIB hingga malam. Partisipan I juga mengkonsumsi media lain seperti majalah cosmopolitan, tabloid, mendengarkan radio maupun membaca novel ataupun komik. Tetapi itu semua tidak berpengaruh mengurangi konsumsi menonton TVnya.

Partisipan J, dalam mengkonsumsi televisi sekitar 3 hingga 5 jam sehari dan kebanyakan menonton TV di malam hari, mengingat partisipan J memiliki aktifitas kuliah dan berkerja, sehingga hanya di malam hari bisa mengkonsumsi TV.

“Nonton TV,ehm...tergantung jadwal sich. Kalau jadwalnya lagi nyantai, ya banyak nonton TV”.

“Ehm...mungkin kebanyakan malam sich nonton TV. Ya antara 3 sampai 5 jam gitu laah.”

(partisipan J, FGD 27 Okt 2007)

Partisipan K, dalam sehari bisa mengkonsumsi televisi 5 jam sehari. Dengan aktifitas kuliah sambil bekerja, tidak mengurangi frekuensi menonton TVnya. Hal ini tidak terlepas dari partisipan K yang sangat mengemari menonton tayangan Sinetron.

Partisipan L, dalam mengkonsumsi televisi cukup tinggi dengan 6 jam sehari. Hal ini tidak terlepas dari aktivitasnya yang hanya kuliah saja. Sedangkan media lain yang dikomsumsinya hanya Koran Jawa Pos saja dan Radio, sehingga memiliki waktu lebih banyak untuk menonton TV. Hal ini semakin didukung dengan keberadaan televisi yang berada di ruang keluarga, sehingga partisipan L cenderung menonton televisi bersama keluarganya.

III.1.2. Televisi Sebagai Sarana Kebersamaan Hingga Individualis.

Televisi selain pada pokoknya memiliki tiga fungsi sebagai fungsi penerangan, fungsi pendidikan, fungsi hiburan. Televisi juga bisa sebagai sarana kebersamaan bagi penontonnya, tetapi juga bisa sebagai media memisahkan khalayaknya dari sekitarnya.

Bagi partisipan A, menonton TV merupakan sarana kebersamaan. Ini bisa dilihat dari partisipan A biasanya menonton TV bersama keluarganya, seperti Ayah dan Kakaknya. Walaupun memiliki TV dikamarnya, partisipan A lebih memilih melihatnya diruang keluarga bersama dengan keluarganya. Hal ini disebabkan hubungan partisipan A dengan keluarganya cukup dekat, bisa dilihat dari pendidikan mulai kecil hingga SMP ditentukan oleh orang tuanya. Sehingga secara emosional memiliki kedekatan yang lebih dengan keluarganya.

Partisipan B, juga sama dengan partisipan A, lebih sering menonton TV bersama dengan keluarganya, terutama kakaknya. Selain karena tidak memiliki TV di kamar tidurnya, sehingga partisipan B selalu menonton TV di ruang tengah.

Partisipan C, sama juga dengan partisipan A dan B, walaupun memiliki televisi dikamar tidurnya, partisipan C lebih sering menonton televisi bersama dengan keluarganya diruang keluarga. Partisipan C juga lebih sering melihat televisi bersama dengan adiknya. Partisipan C, pendidikannya mulai dari kecil hingga SMP ditentukan oleh orang tuanya, sehingga hubungan partisipan C dengan seluruh keluarganya cukup dekat.

Partisipan D, menonton televisi biasanya sendirian diruang keluarga, mengingat menontonnya diatas jam 21.00. Dimana pada waktu tersebut seluruh keluarganya sudah tidur.

Partisipan E, didalam menonton televisi lebih sering menonton televisi bersama dengan temannya, tidak jarang juga menonton TV sendirian dikamarnya. Partisipan E lebih sering menonton televisi bersama dengan temannya disebabkan dalam kesehariannya partisipan E lebih sering bersama dengan temannya baik itu untuk jalan – jalan ke mall, pergi ke bioskop, maupun untuk pergi dugem dibandingkan berkumpul bersama dengan keluarganya. Selain itu sejak SMP partisipan E sering menginap dirumah temannya.

Partisipan F, juga sama dengan partisipan D, selalu sendirian jika menonton TV. Hal ini disebabkan partisipan F memiliki televisi dikamarnya, dan menontonnya dimalam hari, disaat anggota keluarganya sudah tidur.

Partisipan G, dalam menonton televisi biasanya dilakukan bersama dengan keluarganya, biasanya menonton televisi bersama dengan Ayah, Ibu dan Kakaknya. Hal ini disebabkan partisipan G tidak memiliki televisi dikamarnya.

“(tertawa kecil) Tergantung sich, kadang juga ada Ibu, ada Bapak, sama Mbak juga gitu (tersenyum)”.
(partisipan G, FGD 27 Okt 2007)

Partisipan H, yang memiliki teevisi dikamar tidurnya lebih sering melihat televisi di ruang tengah bersama dengan ibunya. Jika melihat televisi sendirian pun juga dilakukan di ruang tengah. Hal ini disebabkan partisipan H hanya tinggal dengan Ibu dan adiknya saja, sehingga lebih cenderung menemani ibunya dalam menonton televisi.

“Cuma sama Ibu aja”.
“Kalau sama Ibu liatnya diruang keluarga. Sendiri pun juga diruang keluarga. Jarang kalo liat kamar”.
(partisipan H, FGD 27 Okt 2007)

Partisipan I, dalam menonton televisi sama juga dengan partisipan E, selain menonton televisi sendirian juga sering melihat bersama dengan teman – temannya. Mengingat partisipan I yang tinggal sendirian (kost) didaerah sekitar kampusnya.

Partisipan J, dalam menonton televisi biasanya melihat sendirian dikamar, tidak jarang juga melihat televisi bersama dengan teman kostnya maupun bersama dengan orang – orang yang tidak dikenalnya ketika sedang berada di warung kopi.

“Karena aku kost, kalau gak liat sendiri dikamar, liat bareng temen kost, malah kadang aku lihat sama orang – orang banyak di warung kopi dekat kampus”.
(partisipan J, FGD 27 Okt 2007)

III.I.3. Aktivitas Yang Dilakukan Partisipan Pada Saat Menonton Televisi.

Aktivitas yang dilakukan partisipan ketika menonton televisi mayoritas sambil ngemil. Ini terlihat dari seluruh partisipan A hingga partisipan L yang menjawab iya, ketika moderator menanyakan kepada para partisipan apakah kalian semua ngemil ketika melihat televisi.

“Iya”
(seluruh partisipan (A hingga L), FGD 27 Okt 2007)

Selain itu partisipan juga melakukan aktivitas lain selain ngemil, seperti melakukan panggilan telepon dan SMS. Ini terlihat dari jawaban partisipan E ketika menonton televisi selain ngemil juga melakukan panggilan telepon dan SMS. Partisipan I, J, dan partisipan F juga melakukan aktivitas yang sama dengan partisipan E, sambil SMS dan menelepon ketika sedang menonton televisi.

“Kalau liat di warung kopi ya sambil minum kopi ma ngobrol ma orang situ, kadang gak kenal juga ma orang yang di ajak ngobrol. Kalo ama anak – anak kost ya malah rame, banyak bercandanya. Kalo liat dikamar, ya sambil nelpon juga sms gebetan gitu (tertawa kecil). Ya. tapi antara focus ma gak sich, tapi dibikin fokus aja (tertawa). Buktinya aku masih ngeh ma apa yang ditayangin di TV”.
(partisipan J, FGD 27 Okt 2007).

pendidikannya, hiburan, serta norma – norma social yang berlaku di masyarakat. Partisipan C melihat televisi Indonesia lebih kearah sebagai hiburan saja, dan banyak melupakan fungsinya sebagai penerangan dan pendidikan buat khalayaknya. Sedangkan partisipan F melihat tayangan televisi Indonesia cenderung sebagai tayangan penghilang stress.

“Kalau menurut aku ada sisi hiburannya, tapi tetep jangan lupa norma – norma dan itu ada sisi edukatifnya”.
(partisipan F, FGD 27 Okt 07).

“Menghibur dan sebagai wadah menyalurkan informasi. Juga ada moralnya “.
(partisipan C, FGD 27 Okt 07).

Partisipan A melihat televisi hanya sebagai hiburan saja. Karena melihat saat ini masyarakat sudah sangat padat aktivitasnya, butuh sarana hiburan untuk melepas kepenatan. Selain itu masyarakat sudah jenuh dengan tayangan sinetron dan infotainment.

“Hiburan”
(partisipan A, B, C, FGD 27 OKt 07).

Menurut Dedy N. Hidayat (1999), televisi selaku institusi kapitalis terdesak tuntutan pasar dan pengiklan. Pasar/ pemirsa menuntut televisi untuk memproduksi informasi serta hiburan sesuai permintaan pasar penonton. Tuntutan tersebut seharusnya pemberitaan kritis, berani, objektif dan aktual, tetapi penonton

lebih menyukai tayangan yang mengedepankan sisi hiburan yang gampang dicerna, instan, dan tidak memerlukan interpretasi untuk mengetahui maksudnya

Fungsi televisi tersebut berbeda dengan partisipan E, dan J, B, H, G. Partisipan G menganggap televisi seharusnya sebagai sarana edukatif tapi juga ada nilai hiburannya serta sebagai pembelajaran hidup, yang bisa dipraktekkan dalam kehidupan sehari – hari dan bisa menambah pengetahuan. Partisipan H, B, dan J, melihat televisi yang baik seharusnya selain memberikan pendidikan tetapi juga menghibur penontonnya.

“Lebih cenderung ke hiburan dibandingin pendidikan, tau sendiri khan TV kita gimana”.
(partisipan H, FGD 27 Okt 07)

“Pembodohan...Besaran sisi hiburannya daripada pendidikannya. Harusnya televisi harus sebagai sisi edukatif”.
(partisipan J, 27 Okt 07)

Hal ini sangat berbeda dengan partisipan E, yang melihat tayangan televisi Indonesia saat ini hanya sebagai penghilang stress. Menurutnya tayangan televisi yang bagus adalah tayangan yang pada dasarnya dia suka jika melihatnya, entah mau menghibur apa tidak. Berbeda lagi dengan partisipan I, yang melihat tayangan yang baik adalah tayangan yang memperhatikan tayangan yang ditayangkan itu segmentasinya lebih kearah kemana. Karena partisipan I melihat TV kita cenderung hanya sebagai hiburan saja.

“Tayangan – tayangan itu harus lebih memperhatikan apa segmentasi. Yang jelas itu apa segmentasinya mereka itu kemana.

Kalau segmentasinya mereka itu untuk anak – anak berarti jam tayangnya anak – anak itu dari jam berapa sampai jam berapa gitu loe. Jadi menurut aku tayangan yang baik dan benar itu harus melihat segmentasi dan jam tayangnya jam berapa. Kalau emang itu untuk orang dewasa, berarti jam tayangnya dari jam berapa sampai jam berapa gitu loe”.
(partisipasi I, FGD 27 Okt 07).

III.2.2. Tayangan Favorit Partisipan.

Dari dua belas partisipan FGD, dengan latar belakang sejarah, pengetahuan, dan lingkungan yang berbeda – beda (factor demografis, psikografis, dan social budaya), tetapi hanya memiliki satu kesamaan, sama – sama berasal dari golongan mahasiswa. Tayangan Talk Show, Film Box Office TransTV, dan Musik merupakan tayangan yang disukai partisipan. Tayangan Talk Show digemari oleh partisipan E, G, H, F, K, A, B, C.

“Iya talk show. Oprah Winfrey, e...tapi Dorce Show gak”.
(partisipasi E, FGD 27 Okt 07).

“Kayak Oprah, OM Farhan, Kick Andy”
(partisipasi F, FGD 27 Okt 07).

“Aku sukanya acara Ceriwis”
(partisipasi A, FGD 27 Okt 07).

Tetapi program televisi seperti music dan FTV juga disenangin oleh partisipan. Seperti partisipan F, J, D yang sangat menyukai tayangan music ditelevisi. Hanya partisipan E dan H saja yang menyukai tayangan FTV. Bagi

partisipasi E, dia sangat senang melihat tayangan Reality Show, Action, Talk Show. Sedangkan untuk tayangan jenis Berita hanya menyenangkan Berita Kriminal.

“Kalo aku separuh FTV, separuh reality show, separuh action, separuh talk show”.
(partisipasi E, FGD 27 Okt 07).

Bagi para seluruh partisipan tayangan Sinetron Indonesia tidak disukai karena dianggap tidak mendidik.

“Kalo untuk sinetron – sinetron kayaknya udah gak mendidik sekali. Soalnya kebanyakan anak – anak SMP, SMA, percintaan.. selalu percintaan”.
(partisipasi A, FGD 27 Okt 07).

“Kalo sinetron udah gak suka lagi, karena dasarnya udah gak suka liat sinetron, dah gitu dah gak didik banget. Ya gitu – gitu aja. Dan banyak hal – hal yang gak wajar, misalkan rebutan harta, percintaan, ya serba – serba glamour gitu. Jadi kayaknya gak kehidupan yang sebenarnya gitu”.
(partisipasi C, 27 Okt 07).

Tetapi pemikiran seperti itu tidak berlaku bagi partisipan K, yang sangat mengemari tayangan Sinetron.

“Buat aku pribadi ya...yang jelas itu... gak pernah ketinggalan nonton Azizah”.

“Sebenarnya jujurnya, aku gak terlalu setuju gitu, kalau kita bilang sinetron kita saat ini gak mendidik, gini...gini...Tapi di sisi lain, yang dengan gaya yang ini ya glamour, disatu sisi, kalau kita bisa ngeliatnya itu bisa jadi pemacu kita gitu loe. Gimana caranya kita – kita yang berpikiran positif pasti pemacu kita untuk melakukan sesuatu agar bisa seperti itu, kaya maksudnya. Dalam arti kita bisa

mendapatkan dalam arti liat materinya gitu ya, o... ya kita seperti apa".
(partisipan K, 27 Okt 07).

Ada juga partisipan yang menyenangkan tayangan Infotainment, seperti partisipan B dan D, yang menganggap Infotainment bisa menambah pengetahuan tentang selebritis.

"Gosip juga, lumayan mbak buat nambah ilmu pengetahuan tentang selebritis" (tertawa)".
(partisipan D, FGD 27 Okt 07).

"Bisnya banyak gosip selebritis, seru aja ngeliatnya. Khan bisa tau gosip artis ini, artis itu yang lage hot apa".
(partisipan B, FGD 27 Okt 07).

III.2.3. Interpretasi dan Pemaknaan Partisipan terhadap Tayangan Televisi.

Bandung TV Watch, pada tahun 2006 mengatakan kondisi peretelevisian Indonesia, isi acaranya hamper 70% hanya berupa drama / sinetron, bukan tayangan mendidik, tema kekerasan, kejahatan, mistik dan pelecehan (seksual maupun profesi); reality show; berita kriminal; "bisnis SMS" lewat beragam idol; film india; games; infotainment. Acara televise sekarang cenderung tidak mengajak untuk berpikir dan menambah wawasan pengetahuan, tetapi lebih mengajak masyarakat untuk menghibur diri, menggiring pemirsa kepada "penjara" hiburan. (<http://www.kejut.com/massmedia>). Tetapi anggapan tersebut ditentang oleh partisipan A, yang menganggap tayangan televisi saat ini cukup mendidik.

“Benarnya gak setuju ya, banyak juga kok, e...ini apa namanya tayangan – tayangan, yang cukup mendidik gitu. E...tayangan - tayangan, yang, meskipun sich, meskipun dalam suatu tayangan mendidik, tapi ya masih ada unsur – unsur, ya biasalah kita gak bisa khan jual menjual sesuatu yang bener – bener pure gitu loe, gak akan laku”.

(partisipan K, FGD 27 Okt 07).

Partisipan A berpikir seperti itu karena melihat televisi masih banyak menampilkan acara – acara keagamaan dan yang menumbuhkan rasa kemanusiaan. Anggapan ini dibantah partisipan J, yang melihat tayangan televisi banyak sekali mengeksploitasi. Pendapat partisipan J dibenarkan juga oleh partisipan K.

“Emang kalo kita bicara dunia pertelevisian itu gak akan lepas dari uang. Karena kalau program itu gak menghasilkan uang, ya gak bakalan itu ditayangin, pada dasarnya gitu, he eh... Tapi emang sisi eksploitasi itu akan selalu ada. Tapi tergantung sejauh mana sisi eksploitasi itu ada”.

(partisipan K, FGD 27 Okt 07).

Selain itu seluruh partisipan satu pendapat jika televisi sekarang cenderung hanya mencari keuntungan dan mengejar rating saja.

“Kalau menurut aku sich bener, televisi sekarang banyak mencari keuntungan. Diliat aja ya makin banyak banyak iklan yang marak, trus selain itu juga, apa ya, kayak mereka itu lebih banyak ke sisi negatifnya sich kalo menurut aku, gitu”.

(partisipan L, FGD 27 Okt 07).

Pendapat partisipan L diiyakan oleh partisipan J. Partisipan J juga melihat khalayak penonton televisi tidak serta merta melihat dari satu sisi, tetapi juga melihat dari dua sisi.

“Lha kalo kata aku, jadi gini, siapa dulu yang liat TV. Nah sekarang dari 100% orang Indonesia hanya 10% yang seperti kalian. Yang berpikir TV itu harus ada edukasinya, tv itu harus seperti ini, seperti ini. Lha terus kalo pihak televisi hanya memikirkan 10% dari 100% orang Indonesia, dari mana mereka mendapatkan keuntungan”.
(partisipan J, FGF 27 Okt 07).

Pendapat partisipan J ini sesuai dengan Sunardian didalam bukunya yang berjudul “Matikan TV – Mu! . yang menulis masyarakat Indonesia daya ekonominya, daya nalar, daya persepsi, daya abstraksi dan daya tawar yang tidak terdukung dengan sistem kebudayaan yang memadai. Tingkat kesiapan dan keterdidikan masyarakat Indonesia sangat rentan untuh mudah digoda. Apalagi mengetahui media televisi di Indonesia lebih banyak ditonton oleh masyarakat kelas menengah ke bawah. Masyarakat pada kelompok ini adalah masyarakat yang cenderung tidak kritis atau terbatas akses bandingannya. Memiliki kecenderungan menerima dalam konteks percaya pada kebenaran informasi yang diserapnya atau apatis dalam menyikapi semua kenyataan yang ada disekitarnya. Sehingga media televisi hanya menjadi pelayan yang menina-bobokan, tetapi tidak mempunyai daya untuk membangun masyarakat yang berkeadaban. Menurut partisipan C, masyarakat kelas bawah cenderung melihat begitu saja tanpa menyaring tayangan yang diputar di televisi.

“Berarti khan orang dibawah kita khan kalo menonton film khan, apa yang lagi diputer, ya itu. Apa itu, meskipun mendidik ataupun

gak mendidiklah, yang penting dia seneng, bisa tertawa, terkadang ikutan nangis – nangis, khan seneng orang rakyat bawah. Kayak Indosiar yang jelas – jelas gak didik. Kayak setan – setan tadi, Takdir Ilahi, terus Azab – Azab Kubur, malah sekarang film kayak Dangdut ma India, nyanyi ma nari – nari plus adegan nangis menangis, gak ngerti aku. Itu khan gak mendidik kalo buat saya. Gak bermutu, tapi kalo buat orang lain saya gak tahu..”
(partisipan C, 27 Okt 07).

Partisipan D mengatakan televisi kita itu cenderung latah dalam menyajikan suatu tayangan. Saat ini ngetrennya tayangan seperti apa yang ditayangin, pasti yang lainnya akan mengikutinya.

“Kreativitasnya kurang gitulah mbak. Jadi gitu ya televisi Indonesia tuch mbak, kayak Sinetron Indonesia tuch ya, lebih jiplak kayak Telenovela. Malah sekarang tuch ya, kayak Azizah ya mbak ya (sambil tangannya menuding kearah K dan tersenyum), itu tuch kayak cinta yang hilang, Love Is Cinta tuch sama kayak Love Actually. Malah kemaren tuch mbak, banyak banget yang jiplak Film Korea. Kalau sekarang ngetrennya jiplak Telenovela. Kayak translate gitu lah mbak. Namanya juga cara bikin film tercepat dan cara tercepat mendapatkan uang sebesar – besarnya.
(partisipan D, FGD 27 Okt 07).

Para pengelola televisi pada akhirnya terjebak didalam keyakinannya sendiri, yaitu tidak adanya penonton yang setia pada satu stasiun televisi. Masing – masing stasiun televisi berlomba – lomba untuk membuat suatu tayangan yang sedang tren. Karena mereka beranggapan itu merupakan cara merebut penonton. Rebutan penonton, yang ditandai dengan adanya rating, akan menjadi nilai penting bagi mereka untuk mendapatkan kepercayaan agensi periklanan. Iklan, merupakan satu –

satunya penompang pendapatan stasiun televisi mereka, menjadi pertaruhan terpenting bagi keberlangsungan hidup stasiun televisi. (Wirodono, 2005 : viii).

Sinetron, menyuguhkan kemelorotan moral manusia menjadi sajian utama dalam Sinetron. Kehidupan keluarga dalam Sinetron seperti mimpi. Kemewahan dalam Sinetron menjadi hal yang biasa. Dari seluruh partisipan B hingga partisipan L, mengatakan tidak menyukai tayangan Sinetron. Partisipan C mengatakan banyak hal – hal yang tidak wajar, seperti rebutan harta, percintaan, kehidupan yang serba glamour, tidak menggambarkan kehidupan yang sebenarnya. Partisipan D mengatakan Sinetron banyak menggambarkan mulai dari anak SD hingga SMU yang rebutan pacar, selalu percintaan.

“Kebanyakan yang di Sinetron yang digambarkan itu anak SD atau SMP yang rebutan pacar dan aku rasa belum waktunya untuk mereka”
(partisipan D, FGD 27 Okt 07).

Sedangkan Infotainment hanya sekedar membicarakan aib orang lain terutama public figure. Gosip yang dibicarakan belum tentu benar dan belum tentu salah. Serta sangat tidak sesuai dengan moral.

“Iya memang. Khan memang dari awal Gosip itu sudah salah kaprah gitu loe. Khan emang dari awal mereka menjual Gosip. Gosip yang belum tentu benar belum tentu salah.”
(partisipan I, FGD 27 Okt 07).

“Gak sesuai dengan pesan moral”
(partisipan F, FGD 27 Okt 07).

Penerimaan pesan dari tayangan televisi berbeda pada tiap individu. Penerimaan tersebut bisa dilihat pada saat mengkonsumsi media dan proses negosiasi makna terhadap pesan televisi yang mengarah pada munculnya efek pada individu. Hal tersebut sangat terkait dengan pola pikir dan persepsi yang telah dibentuk oleh kondisi budaya dan pengalaman masing – masing. Pemaknaan individu khalayak pada dasarnya berbeda – beda. Negosiasi makna yang merupakan proses transaksional yang terjadi dalam individu (LittleJohn, 1992 : 127 – 150) dipengaruhi oleh sejarah, pengalaman, dan latar belakang social budaya yang berbeda – beda pada setiap individu dan setiap saat, tergantung pada kondisi fisik, emosi, pengetahuan serta pengalaman khalayak.

III. 3. Interpretasi dan Pemaknaan Mahasiswa Terhadap Tayangan Talk Show di Televisi.

III.3.1. Defenisi Talk Show Menurut Partisipan.

Seluruh partisipan FGD mulai dari partisipan A hingga partisipan L, cenderung mengartikan Talk Show adalah suatu acara yang ada hostnya, bintang tamunya dan membahas sesuatu / topic. Ini bisa dilihat dari jawaban partisipan mengenai Talk Show yang mempunyai kemiripan jawaban dengan partisipan lainnya.

“Namanya aja khan Talk Show. Show ya, Show yang berbicara – berbicara. Yang pada dasarnya ada satu ini yang jadi pembawa acaranya. Terus yang ada yang diwawancarainya, bintang tamu, kita mau sesuatu dari itu. Dan seberapa bisa si pembawa acaranya ini menggali, mengorek, dan mengambil hikmah dari apa yang udah ditampilkan, diceritain”.

(partisipasi K, FGD 27 Okt 07).

“Talk Show itu mengupas lebih dalam, tentang apa pun. Tentang topiknya apa, atau tentang seseorang, atau mungkin benda – benda, misalnya. Bintang tamunya mereka itu siapa, itu akan mereka kupas disitu”.

(partisipasi I, G, F, FGD 27 Okt 07).

“Talk Show tuch harus ada pembawa acaranya, ada bintang tamunya sebagai nara sumber, yang membahas tentang sesuatu hal”.

(partisipasi D, FGD 27 Okt 07).

“Talk Show lebih berbobot, yang dalam artian dia punya tema, dia punya apa yang dibicarakan. Misalnya Talk Show tentang hari ini, temanya apa dan siapa bintang tamu yang ditampilkan”.

(partisipasi C, FGD 27 Okt 07).

Dilihat dari jawaban para partisipan mengenai tayangan Talk Show, dapat ditarik kesimpulan bahwa partisipan sudah mengetahui dengan benar tayangan Talk Show itu dan sudah sesuai dengan pengertian konsep tayangan Talk Show itu sendiri. Para partisipan dapat menjelaskan bagaimana konsep talk show ini, karena dari partisipan A hingga partisipan L, seluruh partisipan dalam kesehariannya menonton televisi sering menyaksikan tayangan talk show. Bahkan dari partisipan A hingga partisipan L mempunyai tayangan talk show favorit, sehingga bagi partisipan A hingga partisipan L ketika mendengar istilah talk show sudah tidak merasa asing lagi. Talk Show adalah ungkapan bahasa Inggris yang berasal dari dua kata: Show dan Talk. Show artinya tontonan, pertunjukan atau pameran, sedangkan Talk artinya omong-omong, ngobrol-ngobrol. Dengan begitu Talk Show berarti pertunjukan orang-orang yang sedang ngobrol, dengan kemasan menghibur dan isi yang berbobot.

(neumann.f2o.org/sarlito/talk_show.html - 15k). Fokusnya pun macam – macam mulai dari topic yang serius sampai yang ringan – ringan.

III.3.2. Khalayak Talk Show Menurut Partisipan.

Menurut seluruh partisipan FGD, khalayak Talk Show mempunyai segmentasi yang jelas. Khalayak Talk Show berasal dari kalangan yang berpendidikan menengah hingga tinggi. Partisipan I, G, F, menyatakan khalayak Talk Show berbeda dari khalayak Infotainment dan Sinetron. Karena mereka melihat tayangan Infotainment hanyalah sekedar tayangan yang membicarakan aib orang, khususnya selebritis, tidak sesuai dengan pesan moral. Dan hanya membicarakan gosip yang belum tentu benar dan belum tentu salah. Tayangan Sinetron bagi partisipan sudah sangat tidak mendidik. Banyak hal – hal yang tidak wajar didalamnya, seperti rebutan harta, serba glamour hingga percintaan, rebutan pacar buat anak – anak sekolah, mulai dari SD hingga SMU. Sehingga partisipan menganggap melihat Infotainment dan Sinetron penontonnya tidak perlu berpikir untu mencerna apa isi tayangannya. Beda dengan menonton tayangan Talk Show yang membutuhkan konsentrasi dan daya interpretasi yang cukup untuk menikmatinya. Dimana partisipan setuju khalayak yang memiliki intelektual yang cukup atau yang memiliki tingkat pendidikan sedang hingga tinggi yang menjadi segmentasi Talk Show.

“Khalayak talk show yang pastinya segmentasi talk show itu lebih jelas. Apa ya, ini loe khalayaknya (sambil jari telunjuknya ditempelkan dan diketuk – ketukkan di dahinya) pintar, lain

daripada kayak yang lainnya. Dibandingkan khalayak sinetron , khalayak infotainment, mereka tuch ngikut, ngikut, ngikuta aja. Jadi gak asal ngikut dan gak asal melihat dan ikut nongkrong gitu, kayak khalayak – khalayak yang lain gitu”.
(partisipan I, FGD 27 Okt 07).

Bagi partisipan A, C, J, L, B, dan K, menjawab tayangan Talk Show khalayaknya berasal dari golongan berpendidikan, mengingat tayangan Talk Show membutuhkan konsentrasi dan daya interpretasi yang cukup untuk menikmatinya. Hal ini tidak terlepas dari konsep talk show sendiri yang merupakan pertunjukan orang – orang yang sedang ngobrol dengan kemasan yang menghibur dan isi yang berbobot. Topic Talk Show bisa mulai dari topic yang serius seperti politik, kesehatan, kecantikan sampai yang ringan – ringan.

“Khalayak talk show pastinya cenderung dari kalangan tertentu, kalangan menengah keatas, berpendidikan. Secara liat talk show khan gak sekedar cuma duduk aja, trus liat gitu aja, kayak liat sinetron. Tapi khan kita diajak sedikit berpikir dan mencerna topik apa yang lagi di bahas”.
(partisipan K, FGD 27 Okt 07).

Partisipan D, juga menambahkan tergantung juga dari topic yang diangkat dari talk shownya itu sendiri.

Khalayak talk show tergantung sich. Tergantung acara talk shownya juga
(partisipan D, FGD 27 Okt 07).

III.3.3. Tayangan Talk Show Favorit Partisipan

Partisipan A sangat menyenangkan tayangan Talk Show Ceriwis, karena selalu ada yang baru dan heboh. Partisipan B juga sangat menyenangkan Ceriwis seperti partisipan A, karena melihat tayangan Ceriwis selalu heboh di setiap penayangannya. Partisipan C, sangat menyenangkan tayangan Talk Show Oprah Winfrey. Oprah Winfrey juga menjadi tayangan favorit partisipan D, F, dan E. Karena partisipan D melihat Oprah Winfrey acaranya sangat berbobot. Sedang bagi partisipan E, Oprah Winfrey merupakan Talk Show yang tidak mengada – ada, spontan, dan mengangkat kehidupan yang tabu sebagai salah satu topic Talk Shownya. Hal ini berbeda pula dengan pendapat partisipan F, yang melihat selama ini Oprah Winfrey mengangkat teman kehidupan yang ada dalam keseharian dan terkadang mengangkat hal – hal yang luput dari perhatian masyarakat. Partisipan F juga sangat menyenangkan tayangan Kick Andy, karena Talk Show ini sangat berbobot dan biasanya mengangkat tema – tema mengenai tentang keadaan Negara Indonesia. Bagi partisipan G dan L sangat menyenangkan tayangan Talk Show Dorce show, karena bagi partisipan G Dorce Show mengangkat topic yang menyentuh perasaan, sedang menurut partisipan L, karena bintang tamu Dorce Show variatif hingga selebriti. Berbeda sekali dengan partisipan H, yang sangat menyenangkan Talk Show Empat Mata, karena sangat kocak. Partisipan J lebih menyenangkan News dot. Com, karena menyidur kondisi Indonesia terlebih masalah pemerintahan dan politik, dengan mengumpamakan sebuah pemerintahan fiktif. partisipan K sangat menyenangkan OM

Farhan dan Oprah Winfrey. Dan partisipan yang terakhir, I, menyukai tayangan Silat Lidah dan OM Farhan.

III.4. Interpretasi dan Pemaknaan Mahasiswa Terhadap Tayangan Talk Show OM Farhan.

III.4.1. Defenisi Tayangan OM Farhan Menurut Partisipan.

Menurut partisipan I, Talk Show OM Farhan merupakan jenis tayangan Talk Show yang serius tapi santai, karena dari cara Farhannya membawakan acaranya diselingin dengan joke – joke serta juga adanya home band. Partisipan I melihat Talk Show OM Farhan, itu penonton di studionya dari kalangan klub – klub motor, mahasiswa, bahkan tidak jarang penontonnya sesuai dengan tema yang dibahas pada saat itu. Partisipan I mengatakan demikian karena partisipan I melihat tayangan talk show OM farhan beda dengan tayangan Infotainment maupun sinetron. Menurut partisipan H, penonton Talk Show OM Farhan penontonnya intelek. Partisipan H mengatakan demikian karena partisipan H juga sering menonton tayangan talk show Empat Mata dan Midnite Show, yang lebih mengedepankan hiburan daripada isinya.

“OM Farhan khan, aku lihat audiensnya mereka itu adalah dari kalangan, ada penonton yang kadang sesuai dengan tema yang dibahas. Aku lihat mereka tuch segmentasinya jelas”.
(partisipan I, FGD 27 Okt 07).

“Kalo untuk OM Farhan segmennya untuk bisa dibilang yang intelek tadi”.
(partisipan H, FGD 27 Okt 07).

Menurut partisipan E penggemar tayangan talk show Oprah Winfrey ini, sangat menyukai hal – hal yang berbau seks n education, melihat OM Farhan merupakan suatu tayangan Talk Show yang bagus, topiknya berbeda – beda, temanya itu beda dan selalu fresh, mengangkat yang tabu menjadi yang tidak tabu. Partisipan E mengatakan demikian karena melihat tayangan yang ada di televisi saat ini hanya menambah “keruwetan” hidup yang sudah “ruwet” saja. Bagi partisipan J yang aktif berorganissasi in, melihat tayangan OM Farhan merupakan tayangan yang mengupas berita yang lagi hangat. Dengan kesibukannya kuliah sambil bekerja, parsisipan J menganggap dengan melihat OM Farhan, merupakan tayangan yang berguna bagi dirinya.

“Disanakan pasti mengupas berita yang lagi hangat dan detail gitu khan. Dan aku gak perlu mikir, gak perlu baca, gak perlu ngapain, tinggal nonton aja, dan akhirnya aku jadi lebih tau dari situ”.
(partisipan J, FGD 27 Okt 07).

Partisipan A, I, dan partisipan B dan F, yang sama – sama menyukai tayangan program talk show dan suka berorganisasi , mreka semua juga sependapat dengan partisipan J, bahwa topiknya dan bintang tamunya OM Farhan menarik dan berkompeten. Partisipan B, juga mengatakan tayangan OM Farhan adalah Talk Show yang hostnya itu dibawakan oleh Farhan, maka nama Farhannya yang dijual.

“Jadi selain topiknya menarik, bintang tamunya juga menarik, seksi tapi tetep berkompeten buat jadi nara sumber”.
(partisipan I, FGD 27 Okt 07).

“OM Farhan ngebahas masalah social, ada bahasan selebritisnya juga, ada bahasan teknologinya juga, juga ngebahas berbagai hal. Aku liat juga bintang tamunya variatif banget”.
(partisipan F, 27 Okt 07).

Dari seluruh jawaban partisipan Focus Group Discussion, terlihat jika seluruh partisipan mengerti dengan baik seperti apa tayangan Talk Show OM Farhan. Hal ini terlihat dari jawaban mereka mengenai bagaimana mereka mendefinisikan Acara Talk Show OM Farhan. Terlebih lagi pengertian mereka sesuai dengan konsep tayangan OM Farhan yang dimaksud oleh antv, sebagai stasiun televisi yang menayangkannya. OM Farhan yang merupakan singkatan dari Obrolan Malam Farhan ini (biasa dikenal dengan istilah OM Farhan) ini menampilkan satu skin acara bincang bincang yang apik, berbobot namun tidak terkesan serius sekali. Acara talk show ini memang didesain santai enak ditonton, banyak menghibur namun tetap fokus terhadap pembicaraan yang sedang dibahas biasanya masalah masalah sosial di seputar kita yang lagi in. Program yang dibagi dalam beberapa segmen ini mempunyai tema berbeda – beda di setiap segmennya, dengan mengangkat topik – topik menarik/ hiburan dan berita yang teranyar hari ini dan disertai dengan gambar – gambar yang disampaikan dengan kocak dan lelucon yang pintar sehubungan dengan berita tersebut disertai adanya segmen liputan OM mengenai peristiwa/ topik yang akan diangkat oleh Hilbram Dunhar. Program ini juga akan menghadirkan tamu –

tamu yang terkenal tidak hanya dari kalangan selebritis saja tapi juga dari kalangan politikus terkenal, pemerintahan ataupun pengusaha sukses. (<http://www.an.tv.com>)

III.4. 2. Yang Di Suka Partisipan Dari OM Farhan

Tayangan talk show OM Farhan yang ditayangkan di antV ini, dengan host nya Farhan sendiri, didalam setiap penayangannya selalu menyuguhkan dengan mengangkat topik – topik menarik/ hiburan dan berita yang teranyar hari ini dan disertai dengan gambar – gambar yang disampaikan dengan kocak dan lelucon yang pintar sehubungan dengan berita tersebut disertai adanya segmen liputan OM mengenai peristiwa/ topik yang akan diangkat oleh Hilbram Dunbar. Program ini juga akan menghadirkan tamu – tamu yang terkenal tidak hanya dari kalangan selebritis saja tapi juga dari kalangan politikus terkenal, pemerintahan ataupun pengusaha sukses. Dalam OM Farhan, informasinya selalu menambah wawasan, juga tak jarang mengandung unsur berita (Berita Farhan) dan Farhan sebagai host acara tersebut bisa membedakan topik perepisodenya mau fokus dimana, akan fokus ke topik atau bintang tamunya, sehingga pemirsa diajak mengobrol secara ringan tetapi mendalam. Selain itu pemirsa dapat juga menikmati live musik dari home band maupun band/ penyanyi tamu. Tidak lupa juga OM Farhan membagi – bagikan hadiah lewat kuis.

Dalam menerima pesan-pesan, penonton sering menempatkan diri dalam posisi yang berbeda-beda sesuai dengan kode-kode pembacaan yang mereka

jalankan. Stuart Hall (1981) mengajukan tiga macam kode yang biasanya diikuti yaitu: *dominant code*, *negotiated code*, dan *oppositional code*. Dalam kode dominan, penonton menerima makna-makna yang disodorkan oleh talk show. Dalam kode negosiasi, penonton tidak sepenuhnya menerima makna-makna yang disodorkan tapi mereka melakukan negosiasi dan adaptasi sesuai nilai-nilai yang dianutnya, sementara dalam kode oposisi, penonton tidak menerima makna yang diajukan dan menolaknya.

Bagi partisipan E, L, J, dari tayangan OM Farhan yang sangat disukai adalah topic yang diangkat. Bagi partisipan E yang penggemar tayangan talk show Oprah Winfrey dan , sangat menyukai topic yang diangkat OM Farhan. Partisipan E melihat topic yang diangkat beda – beda, temanya beda, dan selalu fresh, bahkan mengangkat hal – hal yang tabu menjadi tidak tabu. Bagi partisipan J, yang aktif berorganisasi menyukai topic yang diangkat menyajikan fakta – fakta yang terjadi sehari – hari dilingkungan kita, topic – topic seni hiburan, serta berita – berita actual yang terjadi.

“Kalau aku dari talk show OM Farhan yang paling aku suka topic yang diangkat, pa lagi kalo yang diangkat masalah seks”.
(partisipan E, FGD 27 Okt 07).

“Yang ada gunanya buat aku. Disanakan pasti mengupas berita yang lagi hangat,dan detail gitu khan. Dan aku gak perlu mikir, gak perlu baca, gak perlu ngapain, tinggal nonton aja, dan akhirnya aku jadi lebih tau dari situ”.
(partisipan J, FGD 27 Okt 07).

Partisipan D, A, dan I selain menyukai topic yang diangkat karena menarik juga menyukai bintang tamunya. Menurut partisipan D, yang sangat menyenangkan

tayangan gosip dan music ini, sangat menyukai topic yang diangkat dan bintang tamu yang ditampilkan sebagai nara sumber. Partisipan D melihat bintang tamunya selalu variatif dan sesuai dengan topic yang akan diangkat. Partisipan D melihat OM Farhan tidak seperti talk show kebanyakan yang hanya sekedar ajang tertawa saja, melainkan ada pengetahuan baru. Bagi partisipan A, yang merupakan fans Farhan, dan sangat menyukai rubric selebritis dan mendengarkan music ini, dari tayangan OM Farhan yang sangat disukainya selain topic yang diangkat, juga menyukai bintang tamunya, home bandnya serta kiputan luarnya. Sedangkan menurut partisipan I yang sangat hoby membaca, topik OM Farhan yang diangkat membuatnya dari sesuatu hal yang tidak dimengerti menjadi mengerti. Selain itu bintang tamunya sesuai dengan topik yang diangkat, bahkan mendatangkan bintang tamu yang ahli dibidangnya.

“Aku suka banget, apa lebih hangat dech pokoknya beritanya. OM Farhan itu memilih bintang tamunya gak asal comot. Istilahnya topiknya hari ini apa, artinya malam ini apa, jadi dia mencari bintang – bintang, bintang tamu yang sesuai dengan topic yang diambil gitu”.
(partisipan I, FGD 27 Okt 07).

Pendapat tersebut berbeda dengan partisipan L, K, G, C yang lebih menyukai Hostnya. Partisipan C dan K, melihat host OM Farhan pintar didalam membawakan acara ini dan mampu memberikan guyonan – guyonan pintar, tidak seperti talk show lain yang cenderung pertanyaannya hanya basa – basi. Menurut partisipan L, host OM Farhan mau membawakan topik yang berat maupun topik yang ringan mampu membawakannya dengan baik, bahkan topik yang berat mampu dibawakannya

dengan santai. Sehingga penontonnya melihatnya bisa terbawa. Partisipan G juga melihat Farhan didalam memandu acaranya terlihat sangat komunikatif dengan bintang tamunya. Hal ini sependapat dengan partisipan B, yang dari tayangan OM Farhan menyukai hostnya dan liputan Hibram. Partisipan B melihat host OM Farhan didalam memberikan pertanyaan kepada narasumbernya/ bintang tamunya tidak asal Tanya. Selain suka dengan bintang tamunya juga menyukai liputan luar yang dibawakan oleh Hilbram, karena dengan adanya liputan luar Hilbram penonton bisa dengan lebih jelas dan mendalam mengetahui apa yang lagi dibahas, tidak sekedar membayangkan saja.

“OM Farhan aku suka ma bintang tamunya, topic yang lagi dibahas ma itu liputan luar yang dibawain Hilbram”.
(partisipan B, FGD 27 Okt 07).

Baudrillard menyatakan ketika semua keinginan (desire) disalurkan menjadi kebutuhan untuk kenikmatan, ketika ia menjadi semacam pengoperasian tanpa batas, keinginan tersebut menjadi tanpa realitas, sebab ia tanpa imajiner, berkeinginan dimana – mana. Akan tetapi dimana dalam bentuk simulasi – simulasi ketika manusia diperbolehkan melihat, mempertontonkan, melakukan atau mempresentasikan yang tabu, yang amoral, yang abnormal, maka sebenarnya tidak ada lagi rahasia didunia realitas dan dalam kehidupan normal. Semuanya menjadi transparan, oleh karena itu tidak ada rahasia lagi. Maka perhatian manusia disebabkan tuntutan mesin keinginan beralih pada apa – apa yang tidak real, yang abnormal, yang fanstastik, yang menyimpang. (Pilliang, 1988 : 49).

III.4.3. Kelebihan dan Kekurangan OM Farhan

Kelebihan Talk Show OM Farhan menurut partisipan K, L, terletak dari kemampuan Farhannya sendiri sebagai host didalam mengarahkan narasumber dan membawa penontonnya kearah mana.

“Membicarakan topic yang berat, tapi si Farhan bisa ngebawainnya dengan santai. Jadi yang ngeliat bisa terbawa”.
(partisipan L, FGD 27 OKt 07).

“hostnya Om Farhan itu pintar banget memberikan guyonan – guyonan pintar, gitu”.
“Jadi gak – gak kelihatan, hal itu norak gitu loe, tapi gak kelihatan norak gitu. Tapi gak kelihatan norak ketika dia ngebawain itu”.
(partisipan K, FGD 27 Okt 07).

Talk show OM Farhan selain hostnya yang menonjol, topic yang diangkat selalu menarik, menurut partisipan D, A, OM Farhan menampilkan sesuatu yang baru.

“Itu tuch, menurut aku sesuatu yang baru. Kita ga pernah tahu, liat dimana, di OM Farhan itu ada”.
“Itu belum diwawancarai sama semua, itu ada, di OM Farhan ada”.
(partisipan A, FGD 27 Okt 07).

“Aku sukanya OM Farhan gak kayak talk show kebanyakan yang ada”. “Di OM Farhan aku dapat yang lain. Ada pengetahuan baru”.
(partisipan D, FGD 27 Okt 07).

OM Farhan tidak seperti talk show – talk show kebanyakan yang hanya menampilkan selebritis sebagai bintang tamu, dan pertanyaan maupun topic yang diangkat hanya dangkal dan terkesan sebagai basa – basi saja. Menurut F, di OM

farhan topiknya yang diangkat ada seputar masalah social, selebritis hingga ke teknologi. Selain itu bintang tamunya tidak hanya sebatas selebritis saja.

“OM Farhan ngebahas masalah social, ada bahasan selebritisnya juga, ada bahasan teknologinya juga, juga ngebahas berbagai hal. Aku liat juga bintang tamunya variatif banget. Mulai dari masyarakat, hal – hal aneh, pejabat, mpek artis ada. dah gitu ada liputannya yang ngambarin sekilas topic yang lagi di bahas”
(partisipan F, FGD 27 Okt 07).

“Walaupun banyak talk show yang konsepnya cenderung mirip – mirip, OM Farhan masih tetep jadi diri sendiri, gak tergoda”.
(partisipan H, FGD 27 Okt 07).

Bagi partisipan J, Talk Show OM Farhan, walaupun segmen pasarnya OM Farhan kecil, tapi OM Farhan memiliki Intelektualitas yang lebih.

“lebih ke edukasinya”
(partisipan J, FGD 27 Okt 07).

Menurut partisipan I, bintang tamunya selalu menarik. Dalam memilih bintang tamunya selalu menyamakan. Topik hari ini apa yang akan diangkat, selalu mencari bintang tamu yang sesuai dengan topic tersebut.

“OM Farhan itu memilih bintang tamunya gak asal comot, yang gak asal ambil”. “sesuai dengan topic yang di ambil”
(partisipan I, FGD 27 Okt 07).

Kekurangannya Talk Show OM Farhan menurut partisipan J, Talk Show itu tidak bisa dinikmati oleh semua orang, karena topiknya lebih mengarah ke segmen tertentu.

Lebih memfokuskan pada segmen pasar tertentu “. “gak mungkin dibeber ke semua kalangan”
(partisipan J, FGD 27 Okt 07).

Talk Show OM Farhan, didalam penayangannya selalu menampilkan, pertama, *significance* (kebermaknaan), kejadian yang berkemungkinan akan mempengaruhi kehidupan oranh banyak atau kejadian yang punya akibat terhadap pemirsa. Kedua, *timeliness* (kebaruan), kejadian yang menyangkut peristiwa yang baru terjadi. Ketiga, *proximity* (kedekatan), kejadian yang ada di dekat pemirsa, bisa kedekatan geografis atau emosional. Keempat, *prominence* (ketermukaan), kejadian yang memberikan sentuhan perasaan pada pemirsa. Kejadian orang biasa, tetapi dalam peristiwa yang luar biasa, atau orang luar biasa (*public figure*) dalam peristiwa biasa. (Anwar, 1991).

Pertama nilai adalah tentang makna yang dihubungkan/ diberikan kepada objek dan aktivitas, makna tentang apakah produk itu berbudaya atau justru menjijikan, layak dihargai atau malahan pantas dicela. Makna kata nilai ini biasa berkembang dalam perdebatan tentang budaya tinggi dan rendah. Kedua, nilai merujuk pada prinsip – prinsip moral, tujuan dan standar yang dianut oleh individu, kelas social, ataupun masyarakat. Bagaimanapun, makna nilai dalam dua konteks tersebut merupakan sesuatu yang bisa diakui sebagai baik atau sesuatu yang dicela

sebagai jahat. Tapi kemungkinannya adanya reaksi – reaksi ini menimbulkan kemampuan untuk membedakan dan memberikan justifikasi serta alasan argumentative bagi kenapa sesuatu itu bernilai. Inilah tepatnya bentuk reflektif yang rasional bahwa media itu cenderung berprasangka. (Tester, 2003 : 5).

III.4.4. Tayangan Ramadhannya Farhan.

Dari seluruh partisipan peserta Focus Group Discussion, sebagian besar jarang melihat tayangan Ramadhannya Farhan. Partisipan lebih sering melihat tayangan OM farhan dibandingkan Ramadhannya Farhan. Hal ini tidak terlepas dari jam tayang Ramadhannya Farhan yang ditayangkan pukul 18.30 WIB hingga 19.00 WIB. Para partisipan mengatakan jarang melihat karena waktu tayangnya yang tanggung antara waktu untuk berbuka puasa dan bersiap untuk berangkat ke mesjid melakukan sholat teraweh. Partisipan J, E, I, H, dan B merupakan golongan yang jarang liat Ramadhannya Farhan. Partisipan J, E, I, H, dan B jarang melihat mengingat mereka beragama Islam dan berdomisili di Surabaya, selain itu jam tayangnya yang mengikuti jam tayang berbuka puasa wilayah Jakarta. Sehingga partisipan J, E, I, H, dan B lebih memilih untuk mengutamakan berbuka puasa terlebih dahulu dan bersiap – siap untuk berangkat ke mesjid untuk sholat teraweh.

“Ramadhannya Farhan, ngikutin, tapi gak sesering OM Farhan. Kadang – kadang liat. Bisnya waktunya khan tanggung antara buka dan prepare mo teraweh”.
(partisipan J, FGD 27 Okt 07).

Jam tayang pada antara orang berbuka puasa dan menjelang bersiap – siap menuju mesjid untuk sholat teraweh, masih sempat bagi partisipan A, G untuk menontonnya, terlihat dari jawaban mereka yang mengatakan lumayan sering menonton. Tetapi dengan jam tayang tersebut tidak berpengaruh terhadap partisipan D dan F. walaupun partisipan D dan partisipan F beragama muslim dan pada jam tersebut sedang melakukan buka puasa dan bersiap – siap untuk melakukan sholat teraweh, menurut partisipan D dan partisipan F mereka cenderung tidak mempersoalkan jam tayangnya, tetapi lebih melihat ke nilai acara tersebut. Apakah isinya berkualitas atau tidak, topik yang diangkat maupun dengan bintang tamu yang ditampilkan.

“Kalau bintang tamunya suka ya lihat. Tapi intensitasnya lumayan sering liat. Tapi gak jarang juga walaupun bintang tamunya gak suka, tapi kalo topiknya menarik ya aku liat”.
(partisipan D, FGD 27 Okt 07).

“Gak ngaruhlah. Mo Ramadhan pa gak, tergantung tema dan bintang tamunya, menarik pa gak buat dilihat”.
(partisipan F, FGD 27 Okt 07).

Ramadhannya Farhan, menurut partisipan I, J merupakan tayangan yang bagus. Partisipan I dan J yang juga beragama muslim, tidak mempersoalkan jam tayang ramadhannya farhan yang berbenturan dengan waktu berbuka dan persiapan untuk sholat teraweh. Partisipan I dan J memilih menonton tayngan ramadhannya farhan karena melihat tayangan itu sendiri yang bagus. Walaupun partisipan J

sebenarnya tidak menyukai selebritis, tetapi karena tema dan pertanyaan yang diajukan bagus, maka partisipan J pun menontonnya.

“Tau sendiri khan aku gak suka selebritis, jadi ya males (tertawa). Tapi pas itu bagus, Farhannya nanya ma anak kecil itu kenapa mau main difilm itu, sekolah dan belajarnya gimana ntar, dipaksa ma mama buat kerja gak, makna ramadhan buat dia apa, sama agama itu gimana, puasanya gimana. Wes pokoknya lebih nga’itin antara agama dengan kehidupan lah”.
(partisipan J, FGD 27 Okt 07).

“Aku kemaren suka pas bahas tentang Chrisye ma Sukma Ayu. Dalam banget, aku sampai terharu”.
(partisipan I, FGD 27 Okt 07).

Dari Ramadhannya Farhan, partisipan A, F, H, I, J, K, B, menyukai topic yang diangkat. Karena menurutnya topik yang diangkat sangat menarik. Selain itu topic yang diangkat dibahas dan dihubungkan dari sudut pandang agama Islam.

“Tapi aku paling suka itu tetep bintang tamunya ma topiknya yang diangkat, Bintang tamunya ada dari orang tua Raisya sampai Selebritis. Ada ulasan agamanya, masalahnya dikaitkan dengan ustadnya dilihat dari sudut Al Quran”..
(partisipan F, FGD 27 Okt 07).

Bagi partisipan G , partisipan L, dan partisipan C dari Ramadhannya yang disukai adalah tayangan kuliner makanannya. Mengingat keduanya sangat suka makan, dan setiap menonton televisi selalu melakukan aktivitas ngemil.

“Dah gitu ada bahasan tempat – tempat buka yang enak dimana aja”
(partisipan G, FGD 27 Okt 07).

“Aku seneng liat makanannya”
(partisipan L, FGD 27 Okt 07).

Selain itu partisipan H dan partisipan G, menyukai Farhan yang jalan – jalan ke tempat yang menarik. Partisipan H dan partisipan G sangat menyukai segmen jalan – jalan karena suka melakukan rekreasi. Selain itu dengan melihat segmen jalan – jalan ini, partisipan H dan partisipan G walaupun belum pernah singgah ke tempat tersebut, tetapi dapat mengetahui dengan baik tempat tersebut dari segmen jalan – jalan. Sehingga pengetahuannya bertambah.

“Ada jalan – jalan cari Qori dan Qoriah”
(partisipan G, FGD 27 Okt 07).

“Farhan yang jalan – jalan. Farhan yang jalan – jalan ke Mesjid yang bagus di Depok, yang ada emasnya”.
(partisipan H, FGD 27 Okt 07).

BAB IV

PENUTUP

IV.1. Kesimpulan

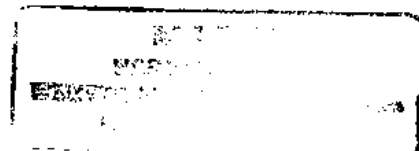
OM Farhan merupakan salah satu tayangan Talk Show yang ditayangkan di antV. OM Farhan sebagai salah satu tayangan televisi dilihat sebagai teks media dalam kaitannya dengan partisipan, dari temuan dan analisis data baik dari hasil Focus Group Discussion (FGD) maupun dari data pencatatan notulen, peneliti menyimpulkan :

1. Penerimaan partisipan terhadap tayangan Talk Show OM Farhan sebagai berikut :
 - a. Partisipan A, yang berasal dari golongan ekonomi menengah ke atas, bersuku jawa dan beragama islam melihat talk show OM Farhan segmentasinya jelas. Selain itu sangat menyenangkan dari segi topik yang diangkat, bintang tamunya, home bandnya dan liputan luarnya yang dibawakan oleh Hilbram Dunhar.
 - b. Partisipan B, melihat segmen liputan luar yang dibawakan oleh Hilbram sangat bagus. Dengan adanya liputan luar penonton bisa lebih jelas dan

mendalam mengetahui apa topik yang lagi dibahas, tidak hanya sekedar membayangkan di imaji penonton.

- c. Partisipan C melihat kekuatan OM Farhan terletak pada hostnya. Disini terlihat sekali jika hostnya pintar, sehingga pertanyaan yang diajukan tidak hanya sekedar asal Tanya saja.
- d. Partisipan D juga sangat menyukai topik yang diangkat dan bintang tamu yang ditampilkan. Selain itu juga melihat OM Farhan tidak seperti talk show kebanyakan yang hanya sekedar ajang tertawa/ hiburan tidak ada pengetahuan baru dan sangat mengejar rating daripada isi acaranya.
- e. Menurut partisipan E talk show OM Farhan topik yang diangkat selalu berbeda – beda, selalu fresh dan mengangkat sesuatu yang tabu dimasyarakat menjadi sesuatu yang tidak tabu.
- f. Menurut partisipan F, Talk show Om Farhan, topik yang diangkat tidak hanya masalah social saja, tetapi juga mengangkat berbagai hal, mulai dari masalah teknologi, hingga masalah yang ringan seperti selebritis.
- g. Partisipan G dalam tayangan OM Farhan sangat menyukai topik yang diangkat sangat umum. Mulai dari masalah yang berat seperti politik, masalah social, hingga masalah yang ringan ada di OM Farhan. Bintang tamunya juga sangat variatif, mulai dari pejabat pemerintahan, tokoh politik, selebritis, hal – hal aneh hingga masyarakat biasa ada di OM Farhan.

- h. Menurut partisipan H, melihat saat ini banyak sekali tayangan talk show yang konsep acaranya sama bahkan hingga bintang tamunya, yang terlihat hanya sekedar tukaran bintang tamu dengan acara lainnya. Tetapi OM Farhan masih tetep menjadi diri sendiri, tidak tergoda untuk ikut – ikutan latah meniru konsep talk show yang lagi booming di masyarakat.
- i. Menurut partisipan I bintang tamunya yang ditampilkan di OM Farhan sangat sesuai dengan topik yang diangkat diangkat, bahkan sangat ahli dibidang tersebut yang berkaitan dengan topik yang akat diangkat. Sehingga membuatnya mengerti lebih jauh akan sesuatu hal yang awalnya tidak mengetahuinya.
- j. Partisipan J sangat menyenangi topik yang diangkat karena menyajikan fakta – fakta yang terjadi sehari – hari dilingkungan kita. Selain itu juga menyajikan topik – topik yang berkaitan dengan seni hiburan, serta berita – berita actual yang terjadi. Selain itu juga adanya tayangan ramadhannya Farhan yang mengkaitkan antara agama islam dengan kaitannya dalam kehidupan. Partisipan J juga melihat sesungguhnya segmen pasarnya tayangan OM Farhan kecil, tetapi OM Farhan mampu mengatasi hal tersebut dengan lebih menekankan pada sisi edukasinya.
- k. Partisipan K, melihat terkadang topik yang diangkat dimata masyarakat norak ataupun tabu. Tetapi farhan mampu membawakannya menjadi



sesuatu hal baru yang tidak norak, sehingga dapat diterima oleh masyarakat/ penonton.

1. Partisipan L juga melihat host OM farhan beda dengan talk show kebanyakan. Farhan mampu membawakan sesuatu topik yang berat menjadi tidak berat.

2. Dari hasil Focus Group Discussion ini, penerimaan khalayak mahasiswa terhadap tayangan Talk Show OM Farhan dapat disimpulkan :
 - a. Partisipan A hingga partisipan L sangat menyukai tayangan Talk Show. Ini terlihat dari setiap partisipan A hingga partisipan L dalam menonton TV, Talk Show menjadi tayangan yang sering dilihat oleh partisipan A hingga partisipan L. Dan setiap partisipan mulai dari partisipan A hingga partisipan L mempunyai tayangan Talk Show favorit. Dari partisipan A hingga partisipan L ini tidak berpengaruh baik yang berasal dari mereka yang memiliki tingkatan high viewer television, maupun yang tidak high viewer television pun juga menyenangi tayangan talk show. Mereka partisipan A hingga partisipan L menganggap Talk Show merupakan tayangan yang berbobot dan menyajikan informasi bagi penontonnya.
 - b. Partisipan A hingga partisipan L tahu bahwa saat ini banyak sekali tayangan Talk Sow di televisi, bahkan banyak yang isinya cenderung sama, bahkan terkesan latah dan ikut – ikutan, demi mengejar rating.

Tetapi kenyataannya baik dari partisipan A hingga partisipan L masih tetap menyukai tayangan Talk Show dan menontonnya, karena partisipan A hingga partisipan L masih dapat membedakan mana talk show yang mengejar rating semata, dan mana talk show yang juga mengejar iklan tapi berkualitas isinya. Selain itu masih bisa menyeleksi tayangan tersebut.

IV.2. Saran

1. Didalam penggunaan Focus Group Discussion (FGD) sebagai teknik pengumpulan data dalam metode Reception Analysis, mampu menjawab pertanyaan bagaimana khalayak memaknai teks – teks media yang ada, dan terjadi interaksi antar individu didalamnya. Tetapi terciptanya jarak antara peneliti dengan partisipan sehingga peneliti tidak dapat mengetahui latar belakang partisipan secara keseluruhan. Dampaknya peneliti kurang memahami bagaimana keberadaan partisipan di lingkungan budaya masyarakatnya dengan baik. Lebih baiknya digunakan juga metode Etnografi, sehingga peneliti bisa mengobservasi dan mengamati lebih dalam bagaimana keberadaan partisipan dilingkungann social budayanya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

McQuail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Erlangga, 1987.

Littlejohn, Baran J. Stanley dan Davis, Dennis K. *Mass Communication Theory*. 2002.

William L, Jay W. Jensen dan Theodore Peterson. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Edisi ke – 2. Penerj. Haris Munandal dan Dudy Priatna, Jakarta: Prenada Media, 2004.

Wirodono, Sunardian. *Matikan TV – Mu!*. Yogyakarta: Resist Book, 2005.

McQuail, Dennis. *Audience Analysis*. London : Sage Publication, 1997

Fiske, John. *Cultural and Communication Studies*. Penerj. Idi Subandy Ibrahim, Bandung : Jalasutra.

Piliang, Yasraf Amir. *Hipersemiotika : Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra, 2003.

Klaus Brush Jensen, Humanistic. Scholarship at Qualitative Science Contribution to Mass Communication Research, dalam K'laus Bruhn Jensen and Nicolas Jw. Ed. Handbool Of Qualitative Methode For Mass Communication Research London, Routledge, 1991.

Palmer, Richard. *Hermeneutika : Teori Baru Mengenai Interpretasi*. Penerj. Musnur Hery dan Damanhuri Muhammed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.

Lull, James (1988), *World Families Watch Television*, Newbury Pack, CA, Sage Publications.

Kaplan, David. *Teori Budaya*. Penerj. Landung Simatupang, Yogyakarta, 2002.

- Ricoeur, Paul. *Hermeneutika Ilmu Sosial*. Penerj. Muhammad Syukri. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2006.
- Anwar, Rosihan. *Bahasa Jurnalistik dan Komposisi*. Jakarta : Pradnya Paramita, 1991.
- Wardhana, Veven SP. *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997.
- Fiske, John. *British Cultural Studies And Television*. US : University Of North Carolina Press, 1987.
- Fahmi, A. Alatas. *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*. Jakarta : YPKMD, 1997.
- Barker,Chris. *Cultural Studies Teori dan Praktek*, Penerj. Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004.
- Nurudin. *Komunikasi Massa*. Malang : Cespur, 2003.
- Littlejohn, Stephen W, 1998. *Theories of Human Communication*, 6th Edition. New Mexico : Wadsworth Publishing Company, pp. 256.
- Lindlof, Thomas. *Qualitative Comunication Research Methods*. California : Sage Publication, 1955.
- Tester, Keith. *Media Budaya dan Moralitas*. Yogyakarta : Juxtapose, 2003.
- Taylor, Steven J. *Dasar – Dasar Penelitian Kualitatif*. Usaha Nasional, 1990.
- Nugroho, Garin. *Kekuasaan dan Hiburan*. Yogyakarta : Bentang, 1998.
- JB, Wahyudi. *Media Komunikasi Massa Televisi*, Bandung. 1986.

Internet

Artikel tentang talk show OM Farhan.

<http://www.aatv.com>.

Diakses pada tanggal 23 Desember 2006

<http://www.Suarakarya-online.com/news.html?id=145065>.

Diakses pada tanggal 23 Desember 2006

http://www.pintunet.com/produk.php?y_produk_id=talkshow_os13&y_pid_441101070103

Diakses pada tanggal 24 Desember 2006.

http://www.pintunet.com/lihat_opini.php?

Diakses pada tanggal 27 Desember 2006.

Artikel tentang Ramadhannya Farhan

http://www.aatv.s?sid_5&programid_1113).

Diakses pada tanggal 10 September 2007

Artikel tentang Cultural studies

Curran, James (1996), David Morley dan Valeris Walkerdine, *Cultural Studies and Communication*, (Eds) : London : Edward Arnold, Book. Review (9 th December 1996).

<http://www.Aber.ac.uk/~jmc/www/reviews.htm>.

Diakses 26 Desember 2006.

Artikel tentang Focus Group Discussion

Gibbs, Anita (1997), *Focus Group*, Social Research Update, Departement of Sociology, University of Surrey, Guildford GU2 5XH, England.

<http://www.Uiowa.edu/~commstud/resources/journals.html>

Diakses 29 Desember 2006.

Artikel tentang tayangan televisi Indonesia

<http://www.kejut.com/massmedia>

Diakses tanggal 10 Maret 2007

<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/0904/06/1101.htm>.

Diakses pada tanggal 20 Maret 2007

<http://www.its.ac.id/berita.php?nomer=3323>).

Diakses pada tanggal 30 April 2007.

http://www.mail-archive.com/forum-pembaca_kompas@yahoogroups.com/msg10955.html.)

.Diakses 9 Mei 2007.

<http://www.freelists.org/archives/ppi-02-2006/msg00173.html>,

Diakses pada tanggal 23 Mei 2007

<http://www.resistbook.or.id/index.php?page=resensi&id=140&lang=id>).

Diakses pada tanggal 10 April 2007

http://www.depdiknas.go.id/publikasi/Buletin/Pppg_Tertulis_08_2001/raam_Punjabi.htm).

Diakses pada tanggal 15 April 2007.

Artikel tentang televisi

<http://www.suaramerdeka.com/harian/0507/18/opi4.htm>.

Diakses pada tanggal 28 Februari 2007

<http://www.freelists.org/archive/ppi-02-2006/msg00173.html>).

Diakses 25 Februari 2007.

Artikel tentang fungsi televisi

http://www.ftwindo.org/livingwords/S11132005_132005-9.htm)

Diakses 15 Februari 2007.

Artikel tentang Infotainment

http://www.fajar.co.id/news.php?newsid_25920).

Diakses pada tanggal 20 Maret 2007

Artikel tentang Reality Show

<http://www.suarapembaruan.com/News/2004/01/02/Budaya/bdy1.htm> - 13k

. **Diakses pada tanggal 20 Maret 2007.**

Artikel tentang Current Fair

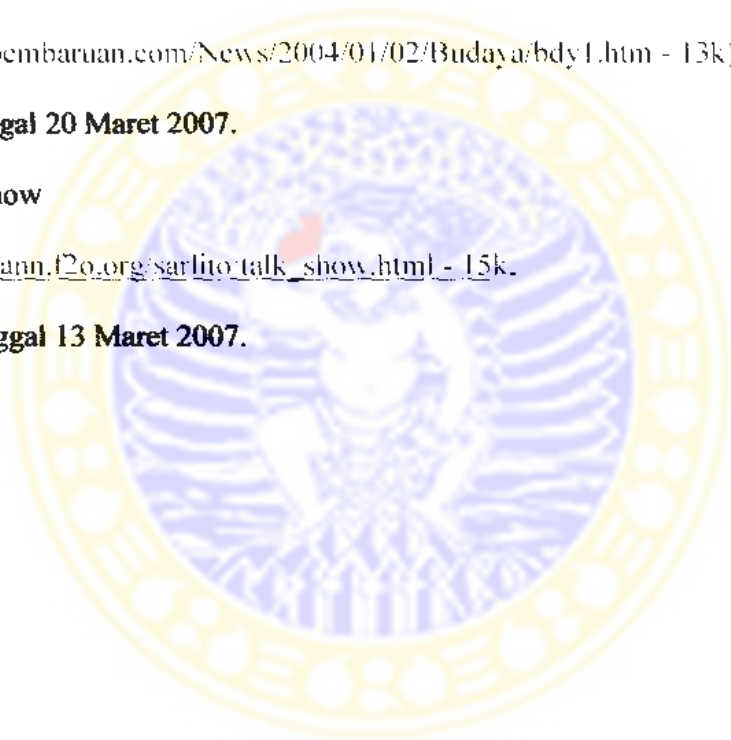
<http://www.suarapembaruan.com/News/2004/01/02/Budaya/bdy1.htm> - 13k).

Diakses pada tanggal 20 Maret 2007.

Artikel tentang talk show

http://www.neumann.l2o.org/sarlito_talk_show.html - 15k.

Diakses pada tanggal 13 Maret 2007.





UNIVERSITAS AIRLANGGA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Nomor: *306* / J03.1.13/PP/2007
Lamp : -
Hal : Permohonan Ijin Observasi

31 Mei 2007

Kepada Yth.
Direktur Akademik dan Kemahasiswaan Unair Surabaya.
Di
Surabaya.

Dalam rangka meningkatkan efektivitas belajar - mengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, mahasiswa kami selain menerima teori - teori di kelas juga langsung pada obyek studi sesuai dengan mataajaran yang mereka tekuni yaitu :

Penulisan Skripsi

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kami mohon kesediaan Saudara untuk menerima mahasiswa kami :

Nama : Elisa Agustini
NPM : 070317105
Alamat : Perum YKP M 41 H No. 28 Surabaya.

Yang akan mengadakan observasi dengan mohon informasi data di Direktur Akademik dan Kemahasiswaan Unair Surabaya yang Saudara Pimpin.

Demikian atas perhatian dan kerjasama Saudara kami ucapkan terimakasih.

a.n Dekan
Wakil Dekan I

Dr. Mustain, Drs., M.Si
NIP. 131443 819



UNIVERSITAS AIRLANGGA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Nomor: 307/J03.1.13/PP/2007
Lamp : -
Hal : Permohonan Ijin Observasi

31 Mei 2007

Kepada Yth.
Direktur Akademik dan Kemahasiswaan ITS Surabaya.
Di
Surabaya.

Dalam rangka meningkatkan efektivitas belajar - mengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, mahasiswa kami selain menerima teori - teori di kelas juga langsung pada obyek sudi sesuai dengan mataajaran yang mereka tekuni yaitu :

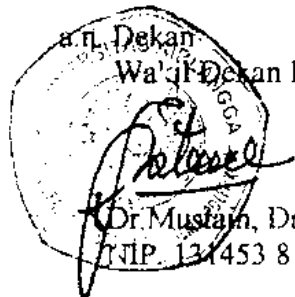
Penulisan Skripsi

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kami mohon kesediaan Saudara untuk menerima mahasiswa kami :

Nama : Elisa Agustini
NPM : 070317105
Alamat : Perum YKP M 41 H No. 28 Surabaya.

Yang akan mengadakan observasi dengan mohon informasi data di Direktur Akademik dan Kemahasiswaan ITS Surabaya yang Saudara Pimpin.

Demikian atas perhatian dan kerjasama Saudara kami ucapkan terimakasih.



Dr. Mustain, Drs., M.Si
TIP. 131453 819

Wawancara saringan ini digunakan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan skripsi mengenai “Reception Analysis Mahasiswa Surabaya Terhadap Tayangan Talk Show OM Farhan di antv”.

Wawancara Saringan

No Wawancara

Pernahkan anda menonton Tayangan Talk Show OM Farhan di antV minimal 5 kali (5 episode) baik secara berurutan / tidak berurutan?

- a. Pernah
- b. Tidak (bila jawaban tidak, wawancara dihentikan).

Nama : _____

Universitas : _____ Angkatan : _____ Jurusan : _____

Usia : _____ Tahun

Agama : _____ Suku : _____

Tempat Tinggal (alamat) di Surabaya : _____

No Telepon : _____ HP: _____

Data Demografis

1. Apakah anda saat ini masih tinggal dengan orang tua ?
 - a. Ya
 - b. Tidak, jika tidak pilih salah satu yang sesuai (Kontrak / Kos / Tinggal dengan saudara)
2. Apakah anda hingga saat ini masih mendapatkan uang saku dari orang tua anda ?
 - a. Tidak
 - b. Ya (jika ya, pilih salah satu dibawahnya yang sesuai dengan uang saku anda)

- a. Rp. 100 ribu
 - b. Rp. 150 ribu
 - c. Rp. 200 ribu
 - d. Rp. 250 ribu
 - e. Diatas Rp.250 ribu, sebutkan _____
3. Apakah anda saat ini bekerja, berapa penghasilan anda sebulan ? (jika ya pilih salah satu, dibawahnya, jika tidak lompatin pertanyaan ini).
- a. Rp. 750.000.
 - b. Rp. 1.000.000.
 - c. Rp.1.500.000
 - d. Rp.2.000.000
 - e. diatas Rp. 2.000.000., sebutkan _____
4. Berapa jumlah pengeluaran anda sebulan ?
- a. Rp. 100 ribu
 - b. Rp. 200 ribu
 - c. Rp. 150 ribu
 - d. Rp. 250 ribu
 - e. Diatas Rp. 250 ribu, sebutkan _____
5. Digunakan untuk apa saja pengeluaran anda tersebut ? (silang yang sesuai dengan pilihan anda)
- a. Pendidikan
 - b. Hiburan/ rekreasi
 - c. Clubbing
 - d. Bioskop
 - e. Ditabung
 - f. Internet
 - g. Membeli kaset
 - h. Membeli novel/ komik/ majalah/ tabloid (coret yang tidak sesuai)
 - i. Lainnya, sebutkan _____

Data Mengenai Penggunaan Media Massa

6. Berapa jam rata - rata dalam sehari anda menonton televisi ?
_____ jam/ hari
7. Apakah anda memiliki televisi di kamar anda ?
a. Ya b. Tidak
8. Dimana biasanya anda menonton televisi ? Sebutkan _____
9. Acara apa yang sering anda tonton di televisi ? sebutkan, _____
10. Selain televisi, media apa yang anda konsumsi ?
a. Majalah : _____ Rubrik : _____
b. Koran : _____ Rubrik: _____
c. Radio : _____ Program _____
d. Situs Internet _____ Tujuan : _____
11. Selain OM Farhan, sebutkan tayangan talk show lain ditelevisi yang anda ketahui :
1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

12. Sebutkan tayangan talk show yang anda tonton selain OM Farhan :

1. Nama : _____ di: _____ hari: _____ Pukul : _____

2. Nama : _____ di: _____ hari: _____ Pukul : _____

3. Nama : _____ di: _____ hari: _____ Pukul : _____

4. Nama : _____ di: _____ hari: _____ Pukul : _____

5. Nama : _____ di: _____ hari: _____ Pukul : _____

6. Nama : _____ di: _____ hari: _____ Pukul : _____

7. Nama : _____ di: _____ hari: _____ Pukul : _____

13. Sebutkan tayangan talk show yang anda sukai dan jelaskan alasan kenapa anda menyukainya! _____

14. Dari mana anda mengetahui tayangan talk show tersebut?

- a. Keluarga
- b. Sendiri
- c. Teman
- d. Media (iklan)
- e. lainnya, sebutkan _____

15. Apakah anda selalu menonton tayangan tersebut ?

- a. Ya
- b. Tidak

16. Bersama siapa anda biasanya menonton tayangan tersebut ?

- a. Sendiri
- b. Teman
- c. Keluarga
- d. Lainnya, sebutkan _____

17. Saat anda menonton tayangan tersebut, apakah anda juga melakukan aktivitas lain?

a. Ya , sebutkan : _____

b. Tidak

18. Dari tayangan Talk show OM Farhan di antv, apa yang paling anda sukai

a. Bintang Tamu

b. Kuis

c. Home Band

d. Liputan luar mengenai peristiwa / topik yang diangkat (dibawakan oleh Hilbram Dunhar)

e. Band Tamu

f. Berita Farhan

g. Lainnya, sebutkan _____

19. Menurut anda apakah yang paling menarik / menonjol dari tayangan talk show OM Farhan?

20. Apakah sampai saat ini anda masih menonton tayangan talk show di televisi ?

a. Ya

b. Tidak

Apabila saudara diundang didalam sebuah diskusi kelompok, yang membahas topik tersebut diatas, bersediakah ?

a. Ya

b. Tidak

Terima kasih atas kesediaan saudara meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan diatas.

Wawancara diisi pada tanggal :

Lampiran

Surat Pernyataan

Bersama ini saya :

Nama : Elisa Agustini
Usia : 22 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Perum YKP Medokan Ayu IH no 28 Rungkut ,Surabaya
No Telepon : (031)8709017/ 0817339060

Menyatakan :

Bersedia hadir di acara diskusi (Focug Group Discussion) yang akan diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Sabtu, 27 Oktober 2007
Waktu : Pukul 10.00 WIB
Tempat : Perum YKP Medokan Ayu IH no 28 Rungkut,
Surabaya

Hasil dari focus Group Discussion akan digunakan sebagai data penelitian tugas akhir (Skripsi)

Nama : Elisa Agustini
Usia : 22 Tahun
Status : Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fisip Unair
Alamat : Perum YKP Medokan Ayu IH no 28 Rungkut,
Surabaya (031) 8709017/ 0817339060

Peneliti tidak mencantumkan nama (asli)responden dalam hasil penelitian tersebut untuk mencegah terjadinya hal – hal yang tidak diinginkan.

Peneliti

Surabaya, 27 Oktober 2007

Partisipan Penelitian

Elisa Agustini

(.....)



Identitas Partisipan Focus Group Discussion

“Reception Analysis Mahasiswa Surabaya Terhadap Tayangan Talk Show OM Farhan Di antv”

Partisipan A

Partisipan A ini seorang mahasiswa Universitas Airlangga dengan prodi Sastra Inggris angkatan 2004. Partisipan A berumur 21 tahun, bergama Islam, dan berasal dari suku Jawa. Latar belakang pendidikan SD hingga SME di sekolah umum. Pendidikan SD hingga SMP atas pilihan Orang Tua. Partisipan A juga ikut berorganisasi di OSIS, Paskibra, Paduan Suara dan Karang Taruna di tempat tinggalnya. Aktivasinya selain kuliah, partisipanA juga membetikan les bahasa Inggris secara privat mulai anak SD hingga SME.

Partisipan A termasuk golongan ekonomi menengah ke atas, hal ini terlihat dari uang saku yang diberikan oleh orang tuannya perbulan sebesar Rp. 300 ribu. Uang tersebut habis dipergunakan untuk kepentingan Hiburan/ Rekreasi, Pergi ke Bioskop, dan membeli Novel dan Majalah.

Dalam sehari frekuensi menonton televisi sekitar 5 jam. Tayangan yang paling disenanginya adalah Reality Show, Talk show dan Film. Selain televisi, media lain yang dikonsumsi adalah Majalah, khususnya majalah Go Girl, Cosmopolitan yang sangat berkaitan dengan Fashion, selain itu juga membaca Koran Jawa Pos, dengan rubrik yang digemari Cih Raga dan Selebritis, serta penggemar Radio FBS, dan M. Radio.

Hobby partisipan A menonton bioskop rame - rame bersama teman - teman, membaca dan mendengarkan music. Diwaktu luang partisipan A lebih suka menghabiskan waktu luangnya dengan pergi jajan - jajan bersama pacarnya, atau bersama temannya ke Bioskop ataupun hanya makan. Terkadang santai dirumah dengan menonton TV dan mendengarkan musik.

Dari tayangan talk show OM Farhan, partisipan A menyukai dari sisi bintang Tamunya, Home Bandnya, dan Liputan Luarnya, serta Topic yang diangkat.

Partisipan B

Partisipan B merupakan seorang mahasiswi Psikologi Universitas Airlangga angkatan 2004, berumur 21 tahun, beragama Islam dan berasal dari suku Jawa. Dari kecil hingga SMA/ sekolahan di sekolah umum dan duduk juga sebagai anggota OSIS. Saat ini, aktivitasnya selain kuliah juga menerima les privat.

Partisipan B berasal dari golongan ekonomi menengah ke atas. Dengan uang saku pertahun yang diberikan orang tuanya sebesar Rp.400 ribu. Uang saku tersebut digunakan untuk keperluan Pendidikan, Hiburan / Rekreasi, dan juga untuk membeli Novel, Komik, dan Majalah.

Dalam sehari partisipan B terbiasa mengkonsumsi televisi sebanyak 5 jam. Tayangan yang paling disenangi adalah jenis tayangan seperti Infotainment, Reality Show, Film Box Office, Talk Show. Selain televisi, media lain yang dikonsumsinya adalah Majalah Cosmopolitan dengan rubrik Fashion; Koran Jawa Pos rubrik Olah Raga dan Selebriti; dan MY Radio.

Partisipan B sangat hobby membaca, biasanya membaca Novel, Komik serial Cantik, Conan, dan Majalah Cosmopolitan. Waktu luangnya biasa dihabiskan untuk pergi jalan - jalan, menonton TV maupun istirahat di rumah.

Dari tayangan talk show OM Farhan, yang disukai dari sisi Hosnya, Topic yang dibahas Liputan luar, dan Bintang Tamunya.

Partisipan C

Partisipan C berusia 24 tahun, tercatat sebagai mahasiswi jurusan MIPA Institut Teknologi Surabaya (ITS). Beragama Islam dan berasal dari suku Bali. Pendidikan SD hingga

SMP ditentukan oleh orang tuanya, hanya SMU saja partisipan C memutuskan sendiri akan bersekolah dimana. Aktivitasnya saat ini hanya kuliah saja.

Partisipan C berasal dari golongan ekonomi biasa biasa saja, dengan uang saku perbulan dari orang tua sebesar Rp. 200 ribu. Uang tersebut dihabiskan untuk kebutuhan Pendidikan, membeli pulsa dan penggunaan Internet.

Aktivitasnya dalam menonton TV menghabiskan waktu sekitar 5 jam per harinya Program televisi yang biasa dilihat Infotainment FTV, Talk Show dan Reality Show. Media lain yang juga dikonsumsi adalah Tabloid Nyata dengan rubric favoritnya Home dan Beauty, Koran Jawa Pos dengan rubric Keluarga serta Radio EBS dengan program musik Indie.

Hobby partisipan C membaca dan mendengarkan music. Diwaktu luang partisipan C biasanya pergi ke warnet, untuk mengecek Email, Chat, Browsing ataupun Download

Dari tayangan talk show Umi Harian, yang disukainya terietak pada Hostnya dan Band Famunya.

Partisipan D

Partisipan D berusia 23 tahun, mahasiswa ITS angkatan 2004 dengan prodi Teknik Lingkungan, beragama Islam dan berasal dari suku Jawa. Pendidikan SD hingga SIMUnya di sekolah umum. Partisipan D juga sempat aktif di kegiatan OSIS. Aktivitas sehari-harinya hanya kuliah saja

Partisipan D berasal dari golongan ekonomi menengah, dengan perolehan uang saku perbulan Rp.300 ribu, dengan pengeluaran dihabiskan untuk Hiburan, Rekreasi, Bioskop, serta untuk ditabung.

Trekuensi menonton TV partisipan D sebanyak 3 jam per hari. Dengan jenis tayangan yang biasa ditonton film Box Office, Musik, dan Gosip. Media lain yang juga dikonsumsi

Koran Jawa Pos dengan rubric yang disukainya rubric Olah Raga, mendengarkan Radio Istara FM, serta situs Google.

Partisipan D, sangat hobby Berenang. Jika biasanya mempunyai waktu luang, selalu pergi bersama dengan teman-temannya menonton film di Bioskop. Terlebih lagi jika film yang diputar Romantic.

Di talk show OM Farhan, Bintang tamu Topik yang diangkat merupakan hal yang sangat menarik baginya di setiap penyayangan OM Farhan

Partisipan E

Partisipan E berasal dari mahasiswa Hukum Unair angkatan 2004, beragama Islam, dan berasal dari suku Jawa. Partisipan E tidak pernah mengikuti organisasi apapun. Aktivitas sehari-harinya hanya kuliah saja. Waktu luangnya lebih banyak digunakan untuk Dugem atau jika tidak memanjakan diri di Salon.

Partisipan E berasal dari kelas ekonomi menengah ke atas. Tapi bulannya menerima uang saku sebesar Rp. 500 ribu, yang biasanya dihabiskan untuk pengeluaran Pendidikan, Hiburan/Rekreasi, Bioskop, Internet, Kecantikan dan sisanya untuk diabung. Partisipan E paling senang jika jalan-jalan ke Mali, Ngenet, Nonton Bioskop, mendengarkan Musik.

Dalam sehari menghabiskan waktu sekitar 3 jam untuk menonton televisi. Selain televisi media lain yang dikontumanya adalah Majalah Cosmopolitan dengan rubric yang disenangi Sexs dan Beauty, Koran Jawa Pos dengan rubric Olah Raga dan Iklan, mendengarkan Radio Wijaya dengan program DJ / House music. Dalam penggunaan internet biasa membuka situs Google, membuka Email, friendster, Chat.

Partisipan F

Partisipan ini berumur 23 tahun dan masih tercatat sebagai mahasiswa Arsitektur angkatan 2003 ITS. SMPnya di SMP 6 Surabaya, SMU 2 Surabaya. Dengan pengalaman berorganisasi OSIS dan Pakisbra serta Karang Taruna di tempat tinggalnya. Beragama Islam dan berasal dari suku Sunda. Masih tinggal dengan orang tua dan perbulannya mendapatkan uang saku sebesar Rp. 500 ribu. Dengan pengeluaran untuk Pendidikan, Hiburan/Rekreasi, ditabung, pergi ke Warma, membeli Novel, Komik, Majalah, dan Tabloid. Aktivasinya saat ini hanya kuliah saja.

Hobby partisipan F ini sama dengan kebanyakan partisipan yang lain, seperti membaca Komik, Majalah, Novel dan mendengarkan Music jenis Pop, Metal, Punk. Terkadang juga membaca Conan. Jika mempunyai waktu luang biasanya digunakan untuk mengerjakan tugas kuliah atau jika tidak bongkronng bersama dengan teman-temannya.

Konsumsi televisi hanya 1 jam perharinya, dengan asumsi waktunya habis untuk kesibukan kuliahnya. Tayangan yang paling sering ditontonnya adalah melihat tayangan Rumah, MTV, Oprah Winfrey, Discovery, Film Bioskop, Talk Show. Pada tayangan talk show Ovi Farhan yang sangat disukainya adalah Topiknya, Bintang Tamunya, dan Laporan Luar. Media lain yang biasa dikonsumsinya adalah Majalah Asri, Laras, Idea, Indonesia Design. Partisipan F sangat menyenangi hal-hal yang berkaitan tentang Design, Fashion dan Knowledge. Partisipan F juga mengkonsumsi Koran Jawa Pos, terlebih dengan rubric Kesehatan, Style, Olah Raga, Mengkonsumsi Radio sangat jarang, sedangkan Internet cukup lumayan sering mengkonsumsinya.

Partisipan G

Partisipan ini berumur 20 tahun, angkatan 2005 jurusan Ekonomi Umat. Beragama Islam, dan berasal dari suku Sunda. Masa kecilnya hingga SMU di Bandung, hanya kuliah saja yang di Surabaya. Pendidikan SD hingga SMU di sekolah Islam. Di Surabaya tinggal dengan tantonya. Aktivitas sehari-hari hanya kuliah saja.

Berasal dari ekonomi menengah ke atas, terlihat dari uang saku perbulannya sebesar Rp.500 ribu. Yang tiap bulan pengeluarannya dianggarkan untuk Pendidikan, Hiburan/Rekreasi, Bioskop, ditabung, Internet.

Mengonsumsi TV hanya sebanyak 3 jam sehari. Dengan tayangan yang biasa ditonton Serial Drama, Show Music, Berita Sore Hari. Media yang dikonsomasinya Koran Jawa Pos dengan rubric Ekonomi, Bisnis, Metropolis yang tidak pernah terlewatkan, Radio FBS FM, Srawo FM. Sedangkan untuk Majalah jarang membacanya. Hobbynya mendengarkan music, terlebih music Pop. Waktu luangnya dihabiskan untuk lihat TV di rumah, main internet ataupun pergi ke Bioskop bersama teman – temannya

Yang disukai partisipan F dari talk show OM Fatmah terlihat pada Liburan Luar, Band Tani, Topiknya, Bintang Tani.

Partisipan H

Partisipan H berusia 22 tahun, berasal dari ITS Teknik Informatika angkatan 2004, beragama Islam dan bersuku Jawa. Aktivitas sehari - hari hanya kuliah dan ikut kegiatan KEMAS (Remaja Masjid) di lingkungan tempat tinggalnya .

Saat ini masih tinggal dengan orang tua, dengan uang saku perbulannya sebesar Rp 600ribu, digunakan untuk keperluan Pendidikan, Hiburan/Rekreasi, Internet.

Setiap hari mengonsumsi televisi sebanyak 4jam. Dengan tayangan yang paling sering dilihat FTV dan Talk Show, terlebih talk show Empat Mata, Midnite Show. Media lain yang dikonsumsi adalah Koran Jawa Pos dengan rubrik yang disenangi Metropolis, Deteksi, mendengarkan Radio Merdeka, dan Situs Internet Ocsby.isgreat.com untuk mencari info perkembangan orade.

Hobby partisipan H ini mengotak – atik sepeda motornya, seperti menempelnya dengan stiker, juga bermain Komputer. Partisipan H ini jarang mempunyai waktu luang, walaupun ada

digunakan untuk bermain Internet, Browsing perkembangan teknologi dan mendengarkan radio Merdeka FM.

Menurut partisipan H yang menarik dari tayangan talk show OM Farhan adalah Hostnya.

Partisipan I

Partisipan I berasal dari Unair angkatan 2003 jurusan Farmasi Berusia 23 tahun, beragama Islam, suku Jawa. Dari kecil hingga SMU di Jombang. Partisipan I juga ikut organisasi seperti OSIS, Paduan Suara, Kajian Kepatritan Islam dan sempat ikut Himpunan Mahasiswa di kampusnya. Saat ini aktivitasnya kuliah saja.

Berasal dari golongan ekonomi menengah, dengan uang saku Rp 250 ribu. Yang biasanya digunakan oleh partisipan I untuk kepentingan Pendidikan, Bioskop, ditabung, membeli Novel, Komik, Majalah, Tabloid. Majalah yang dikonsumsi adalah majalah Cosmopolitan karena memuat rubric Fashion dan Selebritis yang sangat menarik, partisipan I juga mengonsumsi Radio, radio EBS, DJ, My Radio. Sedangkan situs yang sering dikunjunginya Yahoo, Friendsters.

Hobby partisipan I sama juga dengan hobby sebagian besar partisipan yang lain, yaitu membaca Majalah dan mendengarkan Music Pop. Jika ada waktu luang biasanya dimanfaatkan untuk pergi bersama pacarnya atau temannya untuk pergi makan. jika tidak membaca Majalah Cosmopolitan atau membaca Koran di kost.

Menurut partisipan I, yang disukai dari tayangan talk show OM Farhan, terletak pada Bintang Tamunya, dan Topik yang diangkat.

Partisipan J

Partisipan J berasal dari suku Madura. Kuliah di FIS Teknik Mesin angkatan 2003. Berusia 23 tahun, beragama Islam. Di kampusnya sempat aktif di Kajian Islamiyah, Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM). Aktifitasnya saat ini kuliah sambil kerja.

Walaupun J di Surabaya Kost, tetapi masih mendapatkan uang saku dari orang tuanya sebesar Rp. 500 ribu. Sedangkan penghasilan kerjanya sebulan sebesar Rp. 1 juta. Uang yang dimilikinya habis untuk keperluan Pendidikan, Hiburan/Rekreasi, Clubbing, Bioskop, Internet, beli Majalah, dan ditabung.

Konsumsi televisi hanya 3 jam sehari. Dengan tayangan yang sering dilihat adalah tayangan program Music. Sedangkan talk show yang dilihatnya hanya OM Farhan, News dot Com. Media yang dikonsumsinya majalah EHM, Playboy, dengan rubric yang disenangiannya Wanita, Seks, Kesehatan, Otomotif; Koran Jawa Pos; Radio yang didengar MY Radio FM, Hard Rock FM. Sedangkan jika memakai internet lebih sering membaca YM, Yahoo, Chat. Partisipan J sangat jarang mempunyai waktu luang. Jika ada biasanya digunakan untuk membaca majalah, main biliard, dan menelepon.

Hostnya, Bintang Tomu, Topic, dari tayangan talk show OM Farhan, menurut partisipan J yang paling disukainya.

Partisipan K

Berusia 22 tahun, mahasiswi Unair jurusan Akutansi, Beragama Islam, suku Jawa. Latar belakang pendidikannya dari SD Al-Falah, SMPN 1 Surabaya, SMUN 2 Surabaya. Partisipan K juga ikut organisasi OSIS, Kajian Islam Kepuitrian, sedang ditempat tinggalnya ikut kegiatan REMAS (Remaja Masjid) dan Karang Taruna.

Berasal dari ekonomi menengah. Saat ini aktivitasnya kuliah sambil bekerja. Dengan penghasilan kerja sebesar Rp. 1.500.000. Walaupun sudah bekerja, K juga mendapatkan uang

saku dari orang tuanya sebesar Rp.300ribu. pengeluaran sebulannya untuk Pendidikan, Hiburan/ Rekreasi, Bioskop, dilabung, Internet, dan untuk membeli pulsa.

Aktivitas menonton televisi sekitar sekitar 2 jam. Dengan tayangan yang sedang menonton Sinetron. Media lain yang dikonsumsinya adalah Koran Jawa pos, Radio Hardrock FM, JJ FM, dan situs Internet google.

Jika memiliki waktu luang biasanya dimanfaatkan untuk istirahat dirumah, terkadang juga untuk menonton film di bioskop.

Pada tayangan talk show OM Farhan, bagi partisipan K, yang menarik terletak pada Host, Topic yang dimiliki oleh OM Farhan.

Partisipan L

Partisipan L berusia 22 tahun, tercatat sebagai mahasiswi ITS Teknik Industri, Beragama Islam, bersuku Jawa.sempat aktif di organisasi OSIS. Aktivitasnya saat ini hanya kuliah saja.

Berasal dari golongan ekonomi biasa-biasa saja, dengan pemberian uang saku orang tua sebesar Rp. 250 ribu. Uang saku tersebut dipergunakan untuk Hiburan/ Rekreasi, Internet.

Partisipan dalam mengkonsumsi televisi termasuk tinggi, sebanyak 6 jam per hari. Dengan tayangan yang biasanya ditonton seperti tayangan Talk Show, Yaris. Media lain yang dikonsumsi adalah Koran Jawa Pos dengan rubric favoritnya Metropolis, Radio HardRock FM. Dari tayangan talk show OM Farhan di antV, yang disenanginya dari sisi Topik yang diangkat, Hostnya, dan Berita Farhan.

Reception Analysis Mahasiswa Surabaya Terhadap Tayangan Talk Show

OM Farhan di antV

Panduan Focus Group Discussion

1. Mengenai bagaimana pola partisipan dalam menonton televisi, dengan siapa biasanya menonton televisi. Dan apakah setiap menonton televisi selalu fokus pada tayangannya atau sambil melakukan aktivitas lain / tidak.
2. Bagaimana peran televisi bagi partisipan itu sendiri.
3. Bagaimana pendapat partisipan melihat mahasiswa saat ini.
4. Bagaimana aktifitas sehari – hari partisipan, lingkungan tempat tinggal partisipan, latar belakang pendidikan partisipan, dan sejauh mana keluarga mempengaruhi kehidupan dan aktifitas/ pilihan hidup partisipan.
5. Tayangan / program seperti apa yang disukai oleh partisipan dan tayangan yang bisanya ditonton oleh partisipan.
6. Menurut partisipan tayangan yang bagus itu seperti apa.
7. Bagaimana partisipan melihat tayangan yang ada di televisi Indonesia saat ini.
8. Bagaimana partisipan mendefenisikan tayangan Talk Show, khalayak Talk Show, beda dan menariknya Talk Show dari tayangan lainnya.
9. Bagaimana partisipan memandang tayangan Talk Show OM Farhan (topik, host, bintang tamu, kuis, liputan luar Hilbram, homeband/ tamu, setting) dan perbedaan dari tayangan Talk Show lainnya, kelebihan dan kekurangan OM Farhan.
10. Yang disukai dari tayangan talk show OM Farhan, dan apa yang diharapkan dari partisipan setelah menonton OM Farhan.
11. Berapa kali partisipan melihat Talk Show OM Farhan, dan apakah partisipan mengetahui jika OM Farhan mengalami perubahan tayang.
12. Pengetahuan Partisipan terhadap tayangan Ramadhannya Farhan.
13. Bagaimana pendapat partisipan terhadap maraknya tayangan Talk Show di televisi.

Transkrip

Focus Group Discussion

Reception Analysis Mahasiswa Surabaya Terhadap Tayangan Talk Show OM Farhan di antV

Perum YKP Medokan Ayu 1H no 28 Rungkut, Surabaya

27 Oktober 2007, pukul 10.00 WIB s.d. 12.30 WIB

Sebelum acara Focus Group Discussion dimulai, moderator mengajak para responden untuk menonton bersama – sama menonton rekaman salah satu tayangan Talk Show OM Farhan yang telah direkam sebelumnya oleh moderator (peneliti) sambil menunggu peserta Focus Group Discussion lainnya datang.

Moderator : Assalam mualaikum Wr Wb.

All : (gaduh) Waalaikum Salam mbak.

Moderator : Selamat siang buat yang beragama lain.

All : Siang.

Moderator : Terima kasih banyak ya buat semuanya, yang udah meluangkan waktunya buat hadir disini pada siang hari ini dalam acara focus group discussion mengenai penerimaan mahasiswa, temen – temen maksudnya, pada tayangan talk show OM Farhan yang ditayangangin di antV. Selama kita ngobrol ntar, nanti ada temen saya yang akan merekam jalannya diskusi ini juga nanti percakapan kita, sambil direkam ma tape recorder ya temen – temen. Cuma buat dokumentasi aku aja kok ma ngelengkapin data buat skripsi aku. Sebelumnya kita kenalan dulu ya, mulai dari nama, aktivitasnya apa aja, sama kuliah dimana. Dimulai dari

aku dulu kali ya, aku Elisa, mahasiswi tingkat akhir Universitas Airlangga jurusan Ilmu Komunikasi. Disini ntar aku juga jadi moderator selama acara ini berlangsung. Kalo yang bawa handcam, namanya Budi. Nah, sekarang giliran temen – temen buat memperkenalkan dirinya masing – masing ya.

Partisipan A : Nama saya A. Aktifitas saya cuma ngelesin – ngelesin aja sambil kuliah.

Saya kuliah di Airlangga jurusan Sastra Inggris.

Moderator : Hobby kamu apa A ?

Partisipan A : Nonton Bioskop rame – rame ma anak – anak, baca mbil dengerin music gitu.

Moderator : Biasanya kamu membaca apa ?

Partisipan A : Baca Koran, tapi paling seneng aku baca Majalah sama Novel.

Moderator : Majalah apa yang kamu baca ?

Partisipan A : Go Girl ma Cosmopolitan. Disitu Fashionnya bagus – bagus.

Moderator : Kalau music, suka dengerin music yang gimana ?

Partisipan A : Yang enak didengar lah pokoknya mbak. Jazz boleh, Pop malah lebih boleh lagi. Kalo Dangdut enggak dech...

Moderator : Kalau jenis Metal suka gak ?

Partisipan A : Enggak. Enakkan denger music – music sekarang. Khan banyak yang baru – baru mbak.

Moderator : A, kalau lagi nganggur gitu, maksudnya kalo punya waktu luang, lagi nyantai gitu ngapain biasanya ?

- Partisipan A** : Ngobrol ma temen – temen mbak. Kalo gak jalan ma pacarku, atau ma anak – anak gitu kemana, kalo gak nonton ya paling makan. Itu kalo punya uang mbak. Kalo gak punya, ya..., baca aja mbak ma dengerin music gitu. Atau liat TV.
- Moderator** : Ya, kalo mbak yang di sebelahnya, langsung aja gak papa kok. Oh ya, suaranya agak keras ya temen – temen, biar bisa direkam ma tape recordernya.
- Partisipan B** : Nama saya B. Kegiatan saya sama kayak A, kuliah sambil ngelesin – ngelesin juga gitu. Saya dari Unair jurusan Psikologi.
- Moderator** : Hobby kamu apa ?
- Partisipan B** : Membaca
- Moderator** : Baca'an apa yang kamu suka ?
- Partisipan B** : Aku suka baca Novel, Komik, Majalah juga suka.
- Moderator** : Yang biasanya kamu baca apa ?
- Partisipan B** : Banyak mbak. Novel yang bagus pokoknya, serial Cantik, Conan, ma sama kayak A, aku suka baca Cosmopolitan.
- Moderator** : Kalau waktu luang ngapain ?
- Partisipan B** : kalo gak jalan, liat TV, baca, ya istirahat dirumah.
- Moderator** : Kalau C ?
- Partisipan C** : Nama saya C. Aktifitas sehari – hari sich masih kuliah juga. Aku kuliah di ITS jurusan MIPA. Hobbyku apa ya, standart lah. Ya baca, dengerin music gitu.

- Moderator : Biasanya suka membaca apa?
- Partisipan C : Ya, yang bisa dibaca.
- Moderator : Kalau musiknya, suka jenis music gimana ?
- Partisipan C : Pop.
- Moderator : Kalo punya waktu luang ngapain ?
- Partisipan C : Kalo gak dirumah, ya ke Warnet.
- Moderator : Biasanya kalo ngenet, lihat apa aja ?
- Partisipan C : Ya kalo gak ngecek Email, Chat, Browsing atau Download gitu lah.
- Moderator : Kalau yang disebelahnya ?
- Partisipan D : Namaku D. Aktivitas sehari – hari juga kuliah, kuliah di ITS, Teknik Lingkungan. Hoby renang. Kalau waktu luang sich, kalo gak dirumah, ya..., nonton film ma temen – temenku.
- Moderator : Biasanya liat film apa ?
- Partisipan D : Liat film yang kiranya ceritanya bagus, pa lagi kalo pemainnya bagus yang main, ganteng lagi (tertawa).
- Moderator : Seringnya liat apa ?
- Partisipan D : Seringnya sich liat Drama gitu, Romantic juga iya. Action ma horror jarang, tapi kalo liat biasanya liat dulu menarik gak ceritanya.
- Moderator : Kalau mbak yang satu ini, yang pakai cardigan ? (tersenyum)
- Partisipan E : Namaku E. Aku kuliah di Unair, ambil jurusan Hukum. Aktifitas sehari – hari cuma kuliah ma jalan – jalan ma temen – temen.

- Moderator : Hobbnya E apa ?
- Partisipan E : Aku gak punya hobby. Tapi aku seneng jalan – jalan ke Mall, Ngenet, nonton Bioskop, dengerin music juga iya.
- Moderator : Banyak ya hobbnya. Biasanya kalo nonton Bioskop ma siapa, liat apa ?
- Partisipan E : Biasanya ma pacar seringnya, kalo gak ma temen. Liatnya paling suka liat Romantic.
- Moderator : Kalo music, dengerin jenis apa ?
- Partisipan E : Lagu – lagu yang sekarang semua tak dengerin. Tapi kalo Dangdut gak suka.
- Moderator : Kalau ngenet , biasanya Chat gitu ?
- Partisipan E : Iya. Sama, biasalah ngecek Email, Dowloand, buka Friendster.
- Moderator : Kalau waktu luang biasanya dibuat apa ?
- Partisipan E : Kalau gak jalan, ngenet, kalo punya uang ya Dugem atau kalo gak manjain diri gitu, biasalah ke nyalon (tertawa)
- Moderator : Iya, Kalau mbak F?
- Partisipan F : Nama saya F. Kegiatannya cuma kuliah aja, kuliah di ITS jurusan Arsitektur. Waktu luang biasanya jarang ya. Kalau pun ada ya tetep buat ngerjain tugas, liat TV, paling banter ya nongkrong ma anak – anak.
- Moderator : Kalau hobby kamu ?
- Partisipan F : Dengerin music, baca majalah, atau novel ma komik lah. Sama kayak yang lainnya.
- Moderator : Musik ma bacaan apa yang biasanya kamu baca F ?

- Partisipan F : Musik Punk ma Metal aku suka, Pop juga suka. Kalo baca mah aku lebih sering baca hal – hal yang berbau ma Fashion and Design. Gak liat majalahnya, pokoknya ada itu semua ya aku baca, entah pinjem teman atau beli sendiri. Tapi kadang kalo lagi suntuk aku juga baca Novel ma Conan lho.
- Moderator : Kalau sebelahnya, mbak G ?
- Partisipan G : Aku G. Ehm... kegiatannya biasa kuliah, aku kuliah di jurusan Ekonomi Unair. Hobby dengerin music, biasanya lebih sering dengerin music Pop.
- Moderator : Biasanya dengerin music apa ? (sambil menyorokkan badan ke depan).
- Partisipan G : Musik Pop, soalnya aku sering dengerin EBS.
- Moderator : Kalau waktu luang ngapain ?
- Partisipan G : Kalau gak nonton Bioskop ma temen, liat TV dirumah, ya Ngenet. Itupun jarang ada waktu luang.
- Moderator : Kalau Mas yang baju kuning ini, sekalian ma hobynya ya.
- Partisipan H : Nama saya H. Kuliah di ITS jurusan Informatika. Aktivitas kuliah aja. Kalau hobby otak – atik motor ma didepan Computer.
- Moderator : Ikut club motor gitu ?
- Partisipan H : Enggak. Kalo rusak aja, sama ngasih stiker – stiker di motor.
- Moderator : Kalau di depan Computer ?
- Partisipan H : Eksperimen mbak. Namanya juga Informatika. Siapa tahu aku jadi penemu nantinya (tertawa kecil).
- Moderator : Amien.. Kalo waktu luang ngapain aja ?

- Partisipan H** : Jarang punya waktu luang. Pulang kerumah biasanya sudah malam mbak. Paling ya cuma Ngenet aja. Browsing cari perkembangan teknologi gitu. Sama dengerin Merdeka FM bentar.
- Moderator** : Kalau mbak I ?
- Partisipan I** : Namaku I. Aktivitas saat ini gak ada selain kuliah. Aku kuliah di Farmasi Unair. Hobby, apa ya, biasanya sich baca majalah, sama dengerin music.
- Moderator** : Musik apa ?
- Partisipan I** : Musik Pop.
- Moderator** : Kalau waktu luang ?
- Partisipan I** : Ya kalau gak jalan ma pacar, ma temen, makan rame – rame, ya baca majalah di kost.
- Moderator** : Baca apa?
- Partisipan I** : Kalo gak Cosmopolitan, ya baca Koran. Atau kadang pinjem majalah ma anak – anak kost.
- Moderator** : Kalau mas J ?
- Partisipan J** : Ehm...aku J. Aku di ITS di Mesin. Aktivitas kuliah aja, ya sambil kerja gitu dech. Hobby dengerin music aja. Semua music suka. Waktu luang jarang banget punya. Tapi kalo punya waktu luang kalo gak baca majalah, Bilyard, ya nelpon siapa yang bisa di telpon.
- Moderator** : Temen – temen semuanya. E...temen – temen semuanya kalo nonton televisi itu gimana? Biasanya liat TV itu pada waktu apa dan biasanya kalo nonton tv kira – kira berapa jam?. Kita mulai dari Mas J dulu aja dech.

- Partisipan J : Nonton TV,ehm...tergantung jadwal sich. Kalau jadwalnya lagi nyantai, ya banyak nonton TV.
- Moderator : Maksudnya nyantai?
- Partisipan J : Ya gak ada aktifitas. Ehm...
- Moderator : Kira – kira berapa jam?
- Partisipan J : Ehm...mungkin kebanyakan malam sich nonton TV. Ya antara 3 sampai 5 jam gitu laah.
- Moderator : Biasanya nonton TV ma siapa ?
- Partisipan J : Karena aku kost, kalau gak liat sendiri dikamar, liat bareng temen kost, malah kadang aku lihat sama orang – orang banyak di warung kopi dekat kampus.
- Moderator : Kalau liat TV focus gak sama tayangannya mas ?
- Partisipan J : Kalau liat di warung kopi ya sambil minum kopi ma ngobrol ma orang situ, kadang gak kenal juga ma orang yang di ajak ngobrol. Kalo ama anak – anak kost ya malah rame, banyak bercandanya. Kalo liat dikamar, ya sambil nelpon juga sms gebetan gitu (tertawa kecil). Ya...tapi antara focus ma gak sich, tapi dibikin fokus aja (tertawa). Buktinya aku masih ngeh ma apa yang ditayangin di TV.
- Moderator : Hebat doeng mas J ini.
- Partisipan J : Ya iyalah. J gitu lah mbak (tertawa), Gak lah mbak, podho wae.
- All : (tertawa)
- Moderator : Kalau mbak yang disebelahnya?

- Partisipan A : Ehm...hmm...Sama kayak mas J. Kalau enggak ada aktivitas baru liat TV.
- Moderator : Kira – kira berapa jam?
- Partisipan A : (tertawa) 5 jam mungkin (sambil garuk – garuk kepala).
- Moderator : Temen – temen kalo ngomong agak kencengan ya, biar kedengaran dan bisa direkam. Kalau B?
- Partisipan B : Ehm...aku kalo nonton TV, kalo gak ada acara. Ya dirumah mungkin bisa seharian aja nonton TV.
- Moderator : 5 jam nyampai gak sehari?
- Partisipan B : Ehm... nyampai juga sich.
- Moderator : Kalau mbak C?
- Partisipan C : Ehm...kalau aku pasti sering nonton TV. Tapi paling sering sich malam. Biasanya mulai dari jam 7 mpe jam 9. Paling biasanya cuma 2 jam'an sich.
- Moderator : Kalau D ?. Ehm..bener D khan namanya?.
- Partisipan D : Kalau aku nonton TV jarang – jarang, tergantung juga. Kalau acaranya bagus ya nonton, kalo gak ya gak nonton. Cuma biasanya sich kalo nonton, biasanya sich paling sering malam. Soalnya khan kalo siang kuliah, jadi ya jarang nonton TV. Ya antara 3 jam'man gitu mbak.
- Moderator : Kalau E?
- Partisipan E : Aku nonton TV itu paling 3 jam, dari malam dari jam 7 sampe jam 10an. Sudah kalo pagi gak ada yang bagus acaranya.

- Moderator : Kalau sebelahnya, F?
- Partisipan F : Kalo aku paling satu dua jam'man. Soalnya sudah gak sempet lagi nonton TV. Paling kerumah main computer doang.
- Moderator : Kalau G, nonton TV berapa lama?
- Partisipan G : Ya gak jauh beda sich, sama, sekitar 3 jam. Ya habis kuliah pulangnye mpe agak malam, ya udah, jadi sesempet – sempetnya. Cuma 3 jam.
- Moderator : Mas H, kalau nonton TV berapa lama?
- Partisipan H : Kalau aku sich biasanya kurang lebih 4 jam. Biasanya paling sering dari jam 10 malam ke atas lah.
- Moderator : Kalau mbak I, gimana?
- Partisipan I : Kalau aku tergantung aktivitas sich. Kalo lagi banyak kuliah, khan akhir – akhir ini aku harus nyelesein skripsi, jadi harus bolak – balik. Mungkin kalo siang itu sekitar 2 jam, itupun kalo acaranya bagus. Biasanya malam diantara jam 9 ke atas gitu sampai malam.
- Moderator : Ehm...aku mau tanya ya, kalian biasanya kalo nonton TV sama siapa? Coba dari mas H dulu ya.
- Partisipan H : Sama Keluarga
- Moderator : Keluarga? Biasanya siapa? Ayah, Ibu lengkap gitu, keluarga inti gitu?
- Partisipan H : Cuma sama Ibu aja.
- Moderator : Gak pernah nonton TV sendirian?
- Partisipan H : Pernah, tapi jarang banget.
- Moderator : Liatnye dimana? Diruang tamu, ruang keluarga atau di kamar?

- Partisipan H** : Kalau sama Ibu liatnya diruang keluarga. Sendiri pun juga diruang keluarga. Jarang kalo liat kamar.
- Moderator** : Kalo mbak F?
- Partisipan F** : Aku biasanya sendiri. Paling juga dikamar, soalnya kalo nonton biasanya udah pada tidur.
- Moderator** : Berarti kalo nonton sendiri?
- Partisipan F** : He eh...Sendirian.
- Moderator** : Kalau mbak G?. kok diem aja dari tadi, malu ya...
- Partisipan G** : (tertawa kecil) Tergantung sich, kadang juga ada Ibu, ada Bapak, sama mbak juga gitu (tersenyum).
- Moderator** : Berarti gak pernah nonton sendiri ?.
- Partisipan G** : Ya jarang juga, tergantung kalo misalkan udah pada tidur, ya liat sendiri.
- Moderator** : Trus kalo E?
- Partisipan E** : Kadang sendiri, kadang sama teman.
- Moderator** : Berarti temenya nginep rumah?
- Partisipan E** : Iya kadang – kadang nginep rumah, kadang aku yang nginep di rumah temen.
- Moderator** : Kamu udah biasa nginep dirumah temen ya? Orang rumah enggak papa kalo kamu gak pulang ?
- Partisipan E** : Gak papa. Dari SMP aku biasa kok nginep diluar.
- Moderator** :Mbak D gimana?

- Partisipan D : Kalau aku, kadang karena aku nontonnya malam, biasanya nonton diatas jam 9. Jadi tuch orang rumah biasanya udah pada tidur semua. Jadi nontonnya ya sendirian. Nonton TV sendiri dirumah, jadi pada tidur semua orang – orang rumah.
- Moderator : Kalau C ? C kok diem aja dari tadi?.
- Partisipan C : (tertawa kecil) Ooo...kalau aku sich paling sering sama adik sich. Nontonnya ya liat Action – Action gitu dan Ekstravagansa kayak gitu – gitu dech. Tapi, yang biasanya kalo yang lain sibuk, ya liat sendiri. Tapi pernah juga nonton rame – rame sama keluarga.
- Moderator : Kalau B gimana?
- Partisipan B : Kalo aku nonton sama kakakku. Seringnya di ruang tengah. Biasanya juga nonton – nonton kayak Reality Show gitu, udah.
- Moderator : A?
- Partisipan A : Kalau aku nontonnya sama Ayah, sama Kakak kebanyakan. Soalnya kalau diatas jam 9, Ibu sama Adik udah tidur.
- Moderator : Kalau I, liat televisinya sama siapa ?
- Partisipan I : Aku khan kost. Kebanyakan aku liat sendiri dikamar, kalau gak ya liat rame – rame ma temen kost di ruang tamu.
- Moderator : Temen – temen, biasanya kalau nonton TV itu sambil melakukan aktivitas lain gak?.
- Partisipan A : Ngemil (tertawa).
- Moderator : Kalian pada ngemil semua?
- All : Iya.

- Moderator : Selain ngemil?
- Partisipan G : Ya minumlah mbak, kesereten.
- All : Gaduh (tertawa).
- Moderator : Gak, mungkin maksudnya sambil melakukan aktifitas lain gitu, sambil telepon – teleponan gitu, sms – sms’an sama cowoknya gitu?
- All :(tertawa)
- Partisipan A : Itu setelah nonton TV kayaknya.
- Moderator : Oh...setelah nonton TV.
- Partisipan A : Ntar gak konsen, gak fokus malah sama TVnya.
- Moderator : Berarti nontonnya bener- bener focus?.
- Partisipan A : Iyalah..
- Moderator : Kalau yang lainnya gimana ?
- Partisipan E : Kalau aku kadang biasanya bil telpon ma sms’an.
- Partisipan B : Cuma ngemil aja.
- Partisipan H : Ngemil ma minum jelas lah. Kadang juga sambil nelpon ma ngerjain tugas.
- Partisipan I : Sms’an, ngemil juga.
- Partisipan F : Aku mbil nelpon juga, sms juga, ngemil wajib hukumnya, minum pasti (tertawa).
- Partisipan G : Ngemil minum, kadang sambil baca Koran.

- Partisipan C : Aku Fokus ma tayangannya, apa lagi kalo liat TVnya sama ngemil (tertawa kecil).
- Partisipan D : Ngemil ma minum aja.
- Moderator : Menurut kalian semua, kalian ngeliat televisi itu sebagai apa?
- Partisipan A,B,C : Hiburan (menjawab bersamaan).
- Moderator : A, B, C, cuma nganggap hiburan aja?
- Partisipan A : Lebih ke hiburan sich, bisnya banyak yang gak didik acaranya.
- Partisipan B : Hiburan aja kali buat aku.
- Partisipan C : Sama hiburan aja kayaknya.
- Moderator : Kalo lainnya?
- Partisipan D : Penghilang stress
- Partisipan E : Iya
- Moderator : Kalian ngeliat TV sebagai sarana edukatif atau apa gitu?
- Partisipan F : Iya sarana edukatif, tapi juga ada sisi hiburannya sich.
- Partisipan G : Iya, ngedidik. Tapi juga tergantung acaranya.
- Moderator : Kalo H, I, J gimana?
- Partisipan H : Lebih cenderung ke hiburan dibandingin pendidikan, tau sendiri khan TV kita gimana.
- Partisipan I : Banyak hiburan aja.

- Partisipan J : Pembodohan...Besaran sisi hiburannya daripada pendidikannya. Harusnya televisi harus sebagai sisi edukatif.
- Moderator : Temen – temen semua inikan mahasiswa. Temen – temen ngeliat mahasiswa itu sendiri kayak gimana sich?. Kita mulai dari mas J aja dulu kali ya.
- Partisipan J : Mahasiswa, (jeda beberapa saat), ehm..., mahasiswa mana aja sama aja. Sama – sama belajar dan yah...(terdiam sesaat), yang bedain cuma pergaulan aja.
- Moderator : Pergaulan?, Bisa dijelasin gak?
- Partisipan J : He eh..., kaya pola pikir, pasti bedalah mahasiswa pa gak.
- Moderator : Beda mahasiswa sama gak, apa?
- Partisipan J : Kalo mahasiswa lebih berpendidikan, wawasannya lebih luas, trus kalo berbicara lebih sopan dan terdidik dibandingin dengan orang yang tidak berpendidikan.
- Moderator : Masnya aktivis?
- All : (tertawa)
- Partisipan J : Kadang – kadang, sampingan (tertawa).
- All : (tertawa)
- Moderator : Kalau mbaknya, siapa tadi namanya, lupa aku (tersenyum)
- Partisipan A : A
- Moderator : Nah..., mbak A, gimana?

- Partisipan A : Mahasiswa itu....(terdiam sejenak) sering diidentifikasi mahasiswa itu sering demo. Mahasiswa itu harus berani mengemukakan pendapat, berani tampil.
- Moderator : Ooo... berarti A seperti itu? Aktifis ? sering ikutan demo juga ?
- Partisipan A : Gak juga (tersipu malu dan tersenyum).
- All : Gaduh (tertawa)
- Moderator : Kalo mbaknya ? B khan ?
- Partisipan B : Iya bener mbak. Ya sama aja sich. Kalo dikampus juga standart, ya kayak gitu – gitu aja. Sama ma A dan J.
- Moderator : Aktif gak dikampus?.
- Partisipan B : Aktif, aktif banget (tertawa).
- Moderator : Jadi aktivis gitu?
- Partisipan B : Gak sich, kayak ikutan, kayak kelompok minat mahasiswa aja dikampus.
- Moderator : Kalau D?
- Partisipan D : Mahasiswa itu pada dasarnya sama aja ya mbak. Kayak murid – murid gitu. Belajar juga mencari ilmu. Cuma, sama kayak mas J juga. Beda pola pikir ae, khan kalo mahasiswa khan udah dewasa, jelas pikirannya lebih kritis gitu ya...ya itu dech...
- Moderator : Kalo menurut E?
- (Partisipan K datang)
- Partisipan K : Assalamualaikum...

- All : Waaalaikum salam.
- Moderator : Ayo masuk yuk...Duduk sini loe (sambil tangannya mempersilahkan responden untuk duduk).
- Partisipan K : Iya.
- Moderator : Ooo...ini Xnya ada dua ya, yang satunya ini baru dateng. Yang ini dipanggil K aja ya, gimana?
- Partisipan K : Oke.
- Moderator : Duduk sini aja.
- Partisipan K : Iya. (sambil berdiri dan pindah duduk sebelah posisi duduk moderator)
- Moderator : K, kita sekarang lagi bicarain tentang mahasiswa itu gimana menurut pandangan kalian.
- Partisipan K : Oh...
- Moderator : Iya tadi gimana menurut E?
- Partisipan E : Mahasiswa itu kalo menurut aku, sekarang mahasiswa banyaknya seneng – seneng, gak ada belajarnya (tertawa).
- All : (tertawa)
- Partisipan E : Mahasiswa itu kalo dikampus cuma ada di lorong – lorong, di kantin, makan, jarang masuk, gossip.
- All : (tertawa)
- Partisipan E : Itu ya yang paling aneh lagi, ngapain pakai demo – demo segala.

- Moderator : Ooo...berarti beda doeng pemikiran mahasiswanya sama A tadi.
- Partisipan A : A mbak, pakai w, bukan v
- Moderator : (tertawa) maaf ya...
- Partisipan A : Iya (tersenyum)
- Moderator : Kalau F?
- Partisipan F : Ehm...ehm.....Kalo menurut aku usia – usia mahasiswa itu usia transisi. Ya, dimulai dari cara berpikirnya, yang tadinya kekanak – kanakan, seneng main, harusnya udah mulai mikir ke depannya kayak gimana. Udah gitu aja, tyus kalau bisa sich, udah umur mahasiswa harusnya bisa ngekplor dan tahu potensi diri masing – masing itu kayak gimana. Soalnya juga harus mikir setelah keluar kuliah itu mau ngapain, mau jadi apa. Gak bisa doeng kita main – main terus, jadi itu aja. Sarana pendewasaanlaah mahasiswa itu.
- Moderator : G?
- Partisipan G : Apa ya....Ya iyalah gak jauh beda sich sama. Kebanyakannya sering demo – demo. Yang demo kadang, gak jelas gitu. Terus juga apa ya...ehm...harus berani tampil beda laah.
- Moderator : Tampil beda ? Jadi diri sendiri gitu ?
- Partisipan G : Iya jadi diri sendiri. Pengalamannya juga mungkin bertambah, udah gitu aja. Sama kayak semuanya.
- Moderator : Mas H?
- Partisipan H : Menurutku, mahasiswa itu, ehm...gak jauh beda ma mbak A. Ya itu harus, (terdiam sesaat) masa transisi, dan kita dituntut untuk berpikir

secara kritis. Selalu mahasiswa itu biasanya, ehm...idealisme, idealnya itu masih sangat mengebu – ngebu, sok idealism (tertawa).

All : (tertawa)

Partisipan J : Sok idealis (tertawa)

Partisipan H : Sok idealisme (tertawa)

Moderator : Sama kayak J doeng?

Partisipan H : (tertawa) Mungkin lah...Mungkin itu aja.

Moderator : Kalau I gimana?

Partisipan I : Kalau aku, mahasiswa itu apa ya...(terdiam sesaat) Bener kata J sich, sok idealisme gitu. Awalnya mungkin mereka nganggap kuliah itu apa yaa... Halah...sama kayak sekolah – sekolah lain. Mungkin pada saat semester 1, semester 2, semester 3, mereka masih have fun. Masing menikmati masa – masa kuliah itu gimana gitu. Tapi pada saat udah merasa berumur pada saat tingkat tinggi, pasti mereka berpikir, oh yaa...ternyata harus seperti ini ya. Kuliah memang seperti ini. Jadi mahasiswa tuch masa – masa transisi, yang gimana dituntut untuk berpikir lebih secara intelektual, yang katanya intelektual, yang kayak demo – demo itu. Itu saking intelektualnya mereka, sampai mereka membikin aksi demo yang gak ada gunanya itu.

Moderator : Kalau C gimana ?

Partisipan C : Sama kayak yang laen. Masa transisi, berpikir lebih matang, sudah bisa menentukan bis gini mau dibawa kemana arah hidupnya.

Moderator : Ini, karena mbak K baru datang, langsung gabung gak papa ya?. Kalo menurut kamu gimana?

- Partisipan K :Ehm... Mahasiswa itu it's lot a fun pokoknya (tertawa).
- All : (tertawa)
- Moderator : Maksudnya?
- Partisipan K : Jadi mahasiswa itu enak banget. Dibandingin jika udah berada dalam dunia kerja gitu yaa...Mahasiswa itu adalah saat – saat yang paling ok laah...
- Partisipan J : (tertawa)
- Partisipan K : Masa – masa yang tak akan terulang lagi dan saat – saat dimana kita ehm... mencari, berbuat banyak - banyak salah, mencari banyak – banyak pengalaman, ehm...mencari banyak – banyak teman, mencari banyak – banyak inilah, ehm... apa ya...istilah mencari hal – hal yang baru. Yang saat kita kesana – kesini, nyari – nyari yang gak akan kita bisa dapat ketika kita dah gak kuliah gitu. Jadi untuk tadi ada yang bilang untuk yang demo – demo untuk apa, kalau menurutku, ehm...itu untuk menambah wawasan, itu perlu kalo menurutku. Karena disitu kita belajar untuk (terdiam sesaat) ehm...untuk apa yaa....untuk mengekspresikan diri untuk berani bicara, berani mengungkapkan pendapat. Pokoknya pada dasarnya pada waktu kita kuliah beranilah untuk mencoba berbagai hal. Jadi ntar kalo kalian dah di dunia kerja, ya...ehm...untuk demo ke atasan, ehm... mikir beberapa kali. Pokoknya mahasiswa itu saat – saat yang paling indah laah...
- Moderator : Oh ya, tadi khan mbak K datangnya telat, bisa memperkenalkan diri dulu kepada teman – teman ya. Namanya siapa, aktivitasnya apa, kuliah dimana, hobynya ma waktu luang biasanya ngapain aja.
- Partisipan K : Iya, aku K. Jurusan Akuntansi Unair. Aku kuliah sambil kerja. Aku hobynya dengerin music. Waktu luang jarang banget ya, khan aku mbil

kerja. Tapi kalau da waktu luang biasanya sich istirahat dirumah. Kalo gak terlalu capek ya nonton Bioskop.

Moderator : Terus, aku mau tanya apa ya, kok lupa...Oh ya.. Bisa tolong ceritain dikit lingkungan kalian tinggal itu gimana ? Kayak misalnya kalian ikut karang taruna gitu dirumah. Sama ceritain dikit latar belakang pendidikan kalian sebelum kuliah ya...

Partisipan J : Aku Madura. Dari aku lahir aku tinggal di Madura. Baru kuliah aja aku hijrah ke Surabaya.

Moderator : Di Surabaya tinggal dimana ?

Partisipan J : Kost di daerah Gebang, enak mbak, murah meriah, rame, banyak temannya lagi (tertawa). Sama – sama anak perantauan.

Moderator : Berarti agama kamu Islam yang kuat banget gitu ya ? Khan Madura kota pesantrennya banyak disitu ? dulu sekolah di pesantren gak ?

Partisipan J : Emang Madura lumayan kuat pendidikan agamanya. Enggak dari dulu aku sekolah di sekolah umum. Cuma kalo aku biasa aja. Apalagi hidup di kota besar, banyak banget godaannya.

Moderator : Kamu sendiri yang milih sekolah di sekolah umum ?

Partisipan J : SD Ibu yang milihkan sekolah. Kalo SMP sama SMU aku pilih sendiri. Biasalah mbak cari sekolah yang bareng ma teman.

Moderator : Dikampus ikutan kajian Islamiyah gitu gak ?

Partisipan J : Dulu sempet, sekarang sudah jarang datang. Kalo BEM sempet ikut aku. Lumayan aktif malah. Cuma khan aku sekarang nyambi kerja, jadi jarang udah ikutan yang kayak gitu.

Modertor : Kerja dibidang apa mas?

- Partisipan J : Adalah... Gak berhubungan ma mesin kok.
- Moderator : Yang lainnya ?
- Partisipan A : Aku dari dulu sekolah di sekolah umum mbak. SD, SMP ortu yang nyuruh masuk situ. Tapi SMU aku pilih sendiri mbak. Dirumah ikut karang taruna juga sich, tapi banyak gak datengnya.
- Moderator : SMU dulu, SMA mana ? sempet ikut OSIS gak ?
- Partisipan A : SMU 1 Surabaya. SMP ikut OSIS. Kalau SMA gak mbak. Cuma ikut Paskibra ma paduan suara, itupun diajak sobat aku buat ikutan.
- Moderator : Kalau G ?
- Partisipan G : E...aku tinggal sama tante di Surabaya. Masa kecil aku sampai dengan SMU di Bandung. SD sampai SMP sekolah di sekolah islam. Kuliah aja aku di Surabaya. Soalnya aku pingin kuliah di UNAIR. Karang taruna aku tidak ikutan, khan cuma numpang disini. Anak tante aku aja gak ikutan karang taruna, masak aku ikutan (tertawa).
- Moderator : Yang lainnya ?
- Partisipan K : Aku SD di Al - Falah. SMP 5 Surabaya. SMU 2 Surabaya. SMU aku ikutan kajian islam keputrian gitu. Ikut OSIS juga, tapi cuma anggota (tertawa). Kalau dirumah ikutan Karang Taruna, Remas juga, kadang datang, kadang gak (tertawa kecil).
- Moderator : Sekolah itu semua kamu yang milih sendiri ? terus Remas ? apa itu ?
- Partisipan K : Orang tua yang ngarahin, tapi aku sendiri juga pingin sekolah disitu, bagus se...Remaja masjid. Biasanya kayak ada acara kayak pengajian, bakti social, jadi panitia hari – hari besar Islam.
- Moderator : Next...

- Partisipan F : Aku SD sampai SMU mama yang ngarahin. Khan mamaku guru. Aku dulu SMP 6, SMU 2. Baru kuliah aja aku milih sendiri. SMU aku baru ikutan OSIS, sama Paskibrah. KATAR aku ikut. Kalau apa tade...E...Remas aku gak ikut.
- Partisipan B : Hmm...aku sich sama kayak yang lainnya. Diarahin mama juga, tapi mama sambil lihat aku maunya kemana. Dari kecil sampai SMU aku sekolah di sekolah umum. Sama juga kayak yang lainnya aku juga ikutan OSIS, tapi bukan pengurus inti, tapi jadi anggota. Kalo kuliah aku gak ikutan apa – apa. Soalnya khan aku sambil ngelesin juga mbak.
- Moderator : Terus, selanjutnya...
- Partisipan D : Aku ikutan OSIS, gak ikutan Remas. Gak ikutan Himpunan Mahasiswa. Sekolah dari TK hingga SMU mama yang ngarahin. Sekolah umum kok. Cuma pas SMP dan SMU mama ngeliat danemku bisa gak, sama aku mau gak sekolah disitu. Hmm...Udah gitu aja sich.
- Partisipan E : Kalo aku dari dulu, sekolah mulai SMP sampai kuliah milih sendiri. Dari dulu aku gak pernah ikutan apa yang namanya himpunan mahasiswa lah...OSIS, sama apa namanya tadi, Remas.
- Moderator : Nih sisanya yang belum, gimana ?
- Partisipan C : Aku sama ma E, cuma bedanya baru kuliah sama SMU aku pilih sendiri. Khan udah gede.
- Partisipan H : Aku SD mama yang milihin, deket rumah, biar sekolahnya jalan kaki. SMP ma SMU gak pakai milih – milih, yang penting danemku dulu masuk pa gak...Baru kuliah ini, bener – bener mikir aku maunya kemana, orang tua Cuma tinggal nyariin duitnya. Aku ikutan Remas juga, tapi gak aktif – aktif banget.

- Partisipan I** : Aku dari kecil sampai SMU di Jombang. Aku ikut OSIS, ikut kajian keputrian, paduan suara pas SMU. Baru kuliah aku ngekost di Surabaya. Himpunan mahasiswa sempat ikut di awal – awal kuliah. Sekarang dah lama gak aktif. Tapi kadang juga sempet kumpul – kumpul ma mereka juga.
- Moderator** : Ehm... Temen – temen biasanya liat tayangan apa sich? Yang disukai kalian tuh tayangan kayak gimana? Jangan – jangan pada suka semua ma tayangan gosip – gosip?
- Partisipan B** : He eh..
- All** : (tertawa)
- Moderator** : Kenapa kok suka liat gosip?
- Partisipan B** : Bisnya banyak gosip selebritis, seru aja ngeliatnya. Khan bisa tau gosip artis ini, artis itu yang lage hot apa. Oh... ma Reality Show. Ma Talk Show juga.
- Moderator** : Semuanya juga sama kayak B, suka liat tayangan gosip juga?. Atau mungkin kayak tayangan Reality Show, Talk Show, Sinetron – Sinetron, atau kayak tayangan FTV gitu?
- Partisipan E** : Kalo aku separuh FTV, separuh Reality Show, Separuh Action, separuh Talk Show.
- Partisipan J** : Semuanya la'an..
- All** : (tertawa)
- Partisipan C** : Kecuali Berita.
- Partisipan E** : He eh...

- All : (tertawa)
- Partisipan E : E...Berita suka, tapi Berita Kriminal.
- All : (tertawa)
- Partisipan D : Kejem – kejem.
- Partisipan G : Buser – Buser.
- All : (tertawa).
- Moderator : Terus tayangan yang biasanya kamu liat apa?
- Partisipan E : Oprah.
- Moderator : Berarti suka liat Talk Show?
- Partisipan E : Iya Talk Show. Oprah Winfrey, e...tapi Dorce Show gak.
- Moderator : Terus selain itu?
- Partisipan E : Trus kalo malam, ya itu TransTv.
- Moderator : Apa ? Komedi Nakal ?
- All : (tertawa).
- Partisipan E : Bukan, iya Bioskop TransTv. Tapi bukan film jadul loe ya...
- Moderator : Kalau F ?
- Partisipan F : Sama aja sich... Aku jarang banget nonton TV. Soalnya kalo udah pulang malam. Paling buka Computer, ngerjain tugas, ngerjain kerjaan, tidur hampir mpe menjelang shubuh, bangun shubuh. Udah gak ada waktu

untuk liat TV. Tapi kadang kalo acaranya bagus and aku sempet ya aku liat. Kayak Oprah, Rumah, OM Farhan, Kick Andy, ma MTV.

Moderator : Kalau mbak G?

Partisipan G : Sebenarnya jarang nonton TV. Paling juga kalo liat Drama, Action gitu, Talk Show gitu.

Moderator : Sebelahnya?

Partisipan H : Kalau aku sich pulangny udah malam, paling liat Talk Show. Mentok – mentok liat Empat Mata dan FTV.

Moderator : I ?

Partisipan I : Kalo aku kebanyakan dikampus, jadi gak ada waktu buat liat TV. Pulang kampus tidur, mungkin sorenya ada aktivitas lain, baru malam biasanya liat TV. Biasanya Movie.

Moderator : Kalo mas J, gimana ?

Partisipan J : Kalo buat aku nonton TV... paling yang ditonton, ya... maklum aktifitas padat. Jadi nonton TV buat refreshing aja. Karena gini, TV sekarang itu cuma bikin nilai jual aja. Gak ada pendidikannya, gak ada apanya. Cuma, ya... cuma bagaimana bisa dijual aja. Yang paling gak cuma nonton Musik aja, ya gitu aja. Begitulaah...

Moderator : Mbak K ?

Partisipan K : Kalo pagi sampai malam diluar dan pulang – pulang yang jelas buat aku pribadi ya... yang jelas itu... gak pernah ketinggalan nonton Azizah.

All : (tertawa).

Moderator : Berarti suka Sinetron ?

- Partisipan K : Iya Sinetron, he eh...(tertawa) . Yang jelas paling suka nonton yang bisa bikin, yang gak terlalu serius gitu, yang gak terlalu ini, aku liat OM Farhan, kalo Empat Mata bolehlah...Pokoknya tontonan – tontonan yang lucu bolehlah...
- Partisipan J : Yang gak mikir – mikir gitu yaa...
- Partisipan K : He eh...atau kadang – kadang Gosip. Itu bener – bener bisa nge- refresh pikiran (tertawa).
- Moderator : Kalo A ?
- Partisipan A : Aku sukanya acara Ceriwis.
- Moderator : Kenapa Suka Ceriwis? Ada indy Barens ma Indra Bekti ya?
- Partisipan A : Heboh... heboh banget. Selalu ada yang baru. Kalo untuk Sinetron – Sinetron kayaknya udah gak mendidik sekali. Soalnya kebanyakan anak – anak SMP, SMA, percintaan.. selalu percintaan.
- All : (tertawa).
- Moderator : Tentang pacar gitu ya ?
- Partisipan A : Dikit – dikit rebutan cowok, kayaknya dah gak perlu ditonton.
- Responden H : Pengalaman pribadi ya A ?
- All : (tertawa)
- Partisipan A : Gak...Kayaknya belum waktunya mereka memikirkan itu.
- Moderator : Kalau B ?

- Partisipan B** : Paling suka liat Ceriwis juga. Cuma kadang jam – jam kalo udah weekend, soalnya khan bisa seharian dirumah. Tapi kalo hari – hari lain ya jarang banget liat TV. Pulang malam pergi pagi.
- Moderator** : Kalau C ?
- Partisipan C** : Kalo aku ada waktu biasanya nontonnya sore. Kadang liat Talk Show atau Reality Show gitu. Kalo Sinetron udah gak suka lagi, karena dasarnya udah gak suka liat Sinetron, dah gitu dah gak didik banget. Ya gitu – gitu aja. Dan banyak hal – hal yang gak wajar, misalkan rebutan harta, percintaan, ya serba – serba glamour gitu. Jadi kayaknya gak kehidupan yang sebenarnya gitu. Terus ya paling sering ya malam. Makanya bisa liat OM Farhan.
- Moderator** : Kalo D ?
- Partisipan D** : Kalo aku apa ya... liat Box Office. Aku juga jarang liat Sinetron, aku soalnya gak suka. Sama kayak A juga, soalnya kebanyakan juga rebutan pacar buat anak – anak sekolah, gitulaah mbak.. gak penting.
- Moderator** : Tapi bukannya dalam kehidupan nyata itu khan banyak ditemui orang rebutan pacar ?
- Partisipan D** : Iya.
- Partisipan G** : Tapi kebanyakan di Sinetron yang digambarkan itu anak SD atau SMP yang rebutan pacar dan aku rasa belum waktunya buat mereka.
- Partisipan J, K, D** : Iya.
- Partisipan D** : Aku juga nonton Music, Gosip juga, lumayan mbak buat nambah ilmu pengetahuan tentang selebritis (tertawa).
- Partisipan J** : Halah.

- All : (tertawa).
- Moderator : Kenapa mas J bilang halah ?
- Partisipan J : Karena Infotainment gak penting. Sama – sama manusia. Aku ma yang lainnya juga bisa ngelakuin itu.
- Partisipan I : Tapi bedanya kamu bukan selebritis !
- All : (tertawa).
- Moderator : Menurut kalian tayangan televisi yang bagus itu gimana ?
- Partisipan K : Ehm...Kalo menurut saya tayangan yang bagus tuch, kalo kata aku pribadi gitu ya, kita melihat dari berbagai sisi. Tayangan yang bagus satu dari apa, bagus dari pendidikannya moralnya atau dari bagus dari duitnya. Kalau dari duitnya, ooo...bagus nie bisa dijual, udah tayang ini aja. Sebenarnya jujurnya, aku gak terlalu setuju gitu, kalau kita bilang Sinetron kita saat ini gak mendidik, gini...gini...Tapi di sisi lain, yang dengan gaya yang ini ya glamour, disatu sisi, kalau kita bisa ngeliatnya itu bisa jadi pemacu kita gitu loe. Gimana caranya kita – kita yang berpikiran positif pasti memacu kita untuk melakukan sesuatu agar bisa seperti itu, kaya maksudnya. Dalam arti kita bisa mendapatkan dalam arti liat materinya gitu ya, o... ya kita seperti apa. Tapi memang tidak bisa dipungkiri sich, memang, tidak bisa dipungkiri kalo itu terlalu over, kadang di Sinetron terlihat banget overnya.
- Partisipan J : Itu gara – gara Infotainment tho...
- Partisipan K : Enggak... gak setuju dong...
- Moderator : Maksudnya Mas J gimana tadi ?

- Partisipan J** : Ehm...Bagaimanapun juga Infotainment menjadi, istilahnya jadi tolak ukur kalo rubrik itu sudah jadi, istilahnya, ehm...sama dengan kayak politik gitu ya, kalo politik itu khan, semakin berkembang kalau sudah menjadi gosip, sudah menjadi "rumming". Nah itu khan yang bikin budaya kita seperti ini, akhirnya kita ngikutin yang seperti itu. Yang Sinetron pacaran ma anak kecil laah, ginilaah, rebutan cewek laah. Sebenarnya itu khan cerminan dari Infotainment itu sendiri. Dan aku gak suka, kenapa aku gak suka Infotainment, yak arena itu laah...
- Partisipan F** : Infotainment itu harusnya jadi satu sarana pemberitaan yang emang perlu dan emang perlu diketahui, itu aib gitu loe.. dan merupakan privasi seseorang. Sedangkan itu sendiri, okelah itu bagian dari pekerjaan dia, untuk apa namanya, untuk nyari tau, nyari berita. O...perkembangan si selebritis itu misalnya kayak gini. Tapi khan gak semuanya bisa dia korek, andaikan itu terjadi pada dirinya sendiri, dia gak mau khan dikorek – korek kayak gitu. Itu khan privasi dia sendiri. Kayak gitu buat aku.
- Moderator** : Jadi menurut mbak F tayangan yang bagus itu kayak apa?
- Partisipan F** : Kalau menurut aku ada sisi hiburannya, tapi tetep jangan lupa norma – norma dan itu ada sisi edukatifnya.
- Moderator** : Kalau yang lainnya ?
- Partisipan H** : Tayangan yang berbobot. Kalau saya anu itu, content – content isinya itu ada sisi edukasinya, ada humor – humor. Mau nambahin masalah Infotainment tadi, ehm...ada baiknya juga Infotainment itu kalo dilihat dari hikmahnya. Biasanya seseorang itu khan...
- Moderator** : Hikmahnya ? Oh ya pelajaran hidupnya maksudnya ?
- Partisipan H** : Iya. Mungkin dari misalnya aja perceraian. Kita ambil hikmahnya itu apa itu dibalik itu semua, itu aja sich.

- Moderator : Kalau mbak G, tayangan yang bagus itu gimana ?
- Partisipan G : Ikut ajalah mbak.
- All : (tertawa).
- Moderator : Ikut yang mana, mas H, Mas J, mbak F atau mbak K?
- All : (tertawa).
- Partisipan G : Ehm... Apa ya, yang bisa jadi manfaat kita sehari – hari aja.
- Moderator : Maksudnya ?
- Partisipan G : Ya yang bisa nambah pengetahuan dan bisa dipraktekin dalam kehidupan sehari – sehari. Ya semacam pembelajaran hidup laah mbak.
- Moderator : Kalau I ?
- Partisipan I : Apa itu ya, lebih nyorot ke jam tayangnya aja. Harusnya media – media itu selain gak televisi, tayangan – tayangan itu harus lebih memperhatikan apa segmentasi. Yang jelas itu apa segmentasinya mereka itu kemana. Kalau segmentasinya mereka itu untuk anak – anak berarti jam tayangnya anak – anak itu dari jam berapa sampai jam berapa gitu loe. Jadi menurut aku tayangan yang baik dan benar itu harus melihat segmentasi dan jam tayangnya jam berapa. Kalau emang itu untuk orang dewasa, berarti jam tayangnya dari jam berapa sampai jam berapa gitu loe. Jadi sekarang sich saya lihat tayangan sekarang itu salah kaprah gitu loe. Anak – anak yang harusnya waktunya mereka belajar ternyata dikasih tayangan anak – anak. Jadi otomatis anak – anak yang mau belajar jadi malas belajar gitu loe. Harusnya yang untuk tayangan dewasa malah dipertontonkan kepada anak – anak. Sekarang banyak anak SD yang udah pacaran lah.. inilah.. rebutan inilah...

- Moderator : Tapi bukannya kalo di televisi kayak tayangan Sinetron, diatasnya khan ada tulisan bimbingan orang tua atau sejenisnya lah ?
- Partisipan J : Udah gak ada.
- Partisipan I : Udah gak ada.
- Moderator : Kalian sering perhatikan gak ?
- All : (gaduh, terdengar suara bersaut – sautan)
- Partisipan K, E, G : Gak ada.
- Partisipan A : Masih ada di Trans 7. Kayak bimbingan orang tua, khusus untuk anak – anak. Tapi itu cuma sekedar tulisan aja. Cuman gak ngefek aja. Anaknya juga gak bakal disuruh orang tuanya udah sana masuk kamar, masuk kamar, belajar. Kayaknya udah gak mungkin dech kayak gitu.
- Partisipan B : Tapi dikamarnya juga ada televisinya.
- Partisipan C : Iya sama aja.
- Partisipan A : Sekarang mungkin kebanyakan yang dibutuhin orang acara yang bisa menghibur. Televisi gak lebih sebagai hiburan aja. Iya sekarang kebanyakan orang kerja, pulang capek, liat sinetron yang udah kayak gitu, lihat Infotainment yang udah gak karu – karuan juga. Udah jenuh kayaknya, jadi butuh sesuatu tayangan yang menghibur.
- Partisipan K : E...Tapi jangan salah, kadang, bukannya sesuatu yang menghibur, itu malah sesuatu yang, kata mbak F, sesuatu yang katanya tadi ini benemnya gak boleh nie. e...malah ditayangin. Malah kalo buat aku ya, ini pribadi aja dech, sesuatu yang menarik itu, ya itu tuch... yang ditutup – tutupin itu...
- All : (tertawa).

- Partisipan E : Ya itu sich dan kebanyakan Infotainment.
- Partisipan J : Infotainment banget (dengan intonansi suara mendayu – dayu) .
- All : (tertawa).
- Patisipan F : Cuman khan kadang – kadang kalo misalnya hal – hal yang harusnya gak ada itu dijadikan ada, akhirnya jadi menimbulkan macam – macam (sambil meletakkan jari telunjuk di dahi), o... bener gak sich kayak gitu, yang awalnya baik – baik aja jadi berantem. Kadang – kadang kayak gitu bikin sesuatu yang sehat jadi gak sehat. Itu yang gak aku suka dari Infotainment.
- Partisipan I :E... Biasanya orang – orang penasaran justru nilai jualnya disitu.
- Partisipan K : Nah, sip...
- Partisipan I : Nilai jualnya disitu. Infotainment ya, contohnya kasus Ahmad Dani sama Maia. Ada sesuatu yang ditutup – tutupin dari mereka, justru itu khalayaknya pengen tahu apa, ada apa sebenarnya mereka berdua. Dan itu bagi media Infotainment itu adalah hasilnya, nilai jual beritanya. Jadi...
- Partisipan F : Tapi gak sesuai dengan pesan moral khan...
- Partisipan I : Iya memang. Khan memang dari awal Gosip itu sudah salah kaprah gitu loe. Khan emang dari awal mereka menjual Gosip. Gosip yang belum tentu benar belum tentu salah. Jadi, yo wes lah... Jadi bagiku yang penasaran itulah nilai jualnya. Jadi orang – orang kenapa ya, ada apa dengan mereka ya. Itu yang mereka jual. Dan kita khan berpikir ada apa ya dengan mereka.
- Partisipan K : Dan kalo balik lagi soal menghibur, apa ya gitu loe, kalo aku, nah... itu lah yang malah menghibur dan itu khan pro kontranya disitu.. (tertawa).

- Moderator : Kalau menurut temen – temen gimana? Mungkin mbak B dan mbak C mau nambahin, dari tadi diam aja. Kayaknya memendam sesuatu, mau ngomong tapi gak jadi.
- All : (tertawa).
- Partisipan B dan C : (tertawa).
- Partisipan B : Lewat aja deh, idem soalnya.
- Partisipan C : Enggak (sambil menggelengkan kepala) soalnya sama aja ma mereka.
- Partisipan D : Ya iya sich mbak, buktinya khan kalo misalnya gak menghibur, khan banyak khan sekarang infotainment di TV – TV. Berarti khan orang – orang tambah suka, berarti khan semakin...
- Partisipan C : Berarti bagus, rating tinggi.
- Partisipan D : Nah.. artinya bagus. Maka dari itu Reality Show bener – bener menghibur. Makanya orang – orang suka.
- Moderator : Reality Show sama Infotainment beda loe.
- Partisipan D : Infotainment maksudnya. Yang gosip – gosip itu maksudnya. Jadi orang – orang suka khan, suka liat, ya bisa mungkin penilaian orang – orang udah pada stress dengan banyaknya kerjaan, hiburannya ya dengan nonton TV, liat gosip – gosip (tertawa kecil).
- Partisipan E : Kalo menurut aku, tayangan itu gak terlalu menghibur, yang penting aku seneng ya tak liat. Tapi kalau masalah Infotainment itu semakin lama gak jelas dan makin seneng kalo orang semakin menderita.
- All : (tertawa).
- Moderator : Menderita?

- Partisipan E : Ya, kayak apa Maia ama Dhani khan dah menderita, kok ngapain makin digitu – gituin.
- Partisipan J : Itu bodoh yang nonton dong.., bodoh yang nonton...
- Moderator : Kenapa kamu bilang gitu ?
- Partisipan J : Nah sekarang Infotainment apa sich, beritanya gak berkualitas. Kalau gak si A berantem ma si B, ato si B putus ma si D, yang cerai lah, yang pisah ranjang, rebutan anak, ato si A habis operasi sedot lemak lah. Dah gitu yang nonton SDMnya kurang. Ya akhirnya hal – hal kayak gitu malah jadi tren baru di masyarakat kita. Jadi contoh gitu.
- Partisipan E : He eh...Ya iya, kok bisa orang – orang sudah ruwet hidupnya, orang – orang sekarang khan, masalah politik aja udah ruwet, cari beras aja susah, mau lihat Infotainment kok ruwet lagi, kok tambah dibikin ruwet. Iya bener apa kata mas J. salah yang nonton. Tergantung orang yang mengindentifikasinya kayak gimana. So... menurut aku yang bagus tuch tayangan yang didik penontonya, bisa nambah wawasan penontonya, ada hiburannya.
- Partisipan J : Harus balance antara mendidik ma sisi hiburannya.
- Partisipan C : Menghibur dan sebagai wadah menyalurkan informasi. Juga ada moralnya.
- Partisipan D : Sama ma kebanyakan, hiburan, mendidik juga.
- Partisipan B : Idem.
- Moderator : Oh ya, temen – temen kalo kita lihat saat ini kondisi pertelevisian kita khan kebanyakan tayangannya sama semua, terkesan hanya mengejar keuntungan dan rating aja. Menurut kalian gimana?

- Partisipan K : Benernya gak setuju ya, banyak juga kok, e...ini apa namanya tayangan – tayangan, yang cukup mendidik gitu. E...tayangan - tayangan, yang, meskipun sich, meskipun dalam suatu tayangan mendidik, tapi ya masih ada unsur – unsur, ya biasalah kita gak bisa khan jual menjual sesuatu yang bener – bener pure gitu loe, gak akan laku. Misalnya kayak gitu khan. Tapi, kalo yang gak mendidik itu, gak lah kalo menurutku. Lagian juga bener tadi katanya mas J.
- Moderator : Mas J ? bukan Mas H ?
- Partisipan K : E... mas H, ya mas H. Apa ya lupa. E... tadi pada dasarnya, e...
- Moderator : Yang ada hikmahnya ?
- Partisipan K : He eh...Yang pada dasarnya bukan yang gak bener – bener berguna sama sekali. Kayak Infotainment, tadi bilang tentang perceraian ya mas ya?
- Partisipan H : Iya (sambil mengganggukan kepala).
- Partisipan K : Gimana nanti kita, oh...kita bisa nih belajar dari sini. Oh... kayak gitu. Jadi kalo dibilang yang gak berbobot ya gak setuju. Lagian, banyak kok acara – acara yang ini kayak ini, contohnya acara – acara keagamaan, itu khan, yang Azab Ilahi, kayak apa, yang bisa kita...
- Partisipan B : Yang kayak setan – setan gitu.
- Partisipan K : He eh...Bukan yang kayak setan – setan, tapi yang kayak azab – azab gitu lah, yang bisa bikin kita ini. Terus banyak juga acara – acara yang bisa menumbuhkan rasa kemanusiaan kita gitu loe. Misalnya kayak apa..
- Partisipan E : Kayak apa contohnya, kayak apa?
- Partisipan K : Kayak Pulang Kampung, Bedah Rumah.

- Partisipan F : Pernah liat itu gak, kayak acara Keluarga Cemara?
- Partisipan K : Nah, kayak Keluarga Cemara, itu bagus banget, ada sisi edukatifnya.
- Partisipan J : Kalo menurut kata – katamu, tayangan – tayangan kayak Bedah Rumah, kayak gitu khan, itu bukannya ada sisi mengeksploitasi mereka yang sudah menderita, semakin dieksploitasi. Benernya khan...
- Partisipan K : O...Jelas, sisi eksploitasi dalam apa, dunia perfilman itu pasti akan ada. Cuma pada dasarnya, e... apa yang mengeksploitasi yang menderita semakin menderita, gak juga. Kalau Bedah Rumah mah, yang menderita jadi gak menderita, karena dia ini khan rumahnya di ini khan...kayak gitu.
- Partisipan C : Tapi itu khan juga ada. Apa sich kalau mau bersedekah – sedekah aja. Gak usah sampai di eksploitasi gitu. Dan itu mencari – cari rating juga khan, pendapatan iklan.
- Partisipan K : Pada dasarnya ya, aku ngeliatnya, itu sebagai, knapa dia ngadain Bedah Rumah, itu untuk memberikan contoh kepada kita, oh... ini loe ada acara kayak gini. Siapa tahu nanti kita didunia nyata, kita yang terinspirasi, oh ya rumahnya kayak gini, ayo bu.. saya sumbang bu buat ini.
- All : (tertawa).
- Partisipan G : Tapi berapa banyak yang berpikiran kayak gitu? mau nyumbang.
- Partisipan K : Emang kalo kita bicara dunia pertelevisian itu gak akan lepas dari uang. Karena kalau program itu gak menghasilkan uang, ya gak bakalan itu ditayangin, pada dasarnya gitu, he eh... Tapi emang sisi eksploitasi itu akan selalu ada. Tapi tergantung sejauh mana sisi eksploitasi itu ada.
- Moderator : Kalau Menurut F ?

Partisipan F : Sama, emang gak bisa dipungkiri televisi gimana – gimana selalu mengejar keuntungan dan rating.

Moderator : Kalau yang lainnya gimana ?

All : (gaduh) sama (menjawab bersamaan)

Moderator : Jadi idem semua ?

All : (gaduh) Iya. (saling bersaut – sautan)

(Partisipan L datang)

Partisipan L : Assalamualaikum...

All : Waalaikum salam

Moderator : Masuk yuk

Partisipan L : Maap ya aku baru datang nie, jadi gak ngikutin apa nie (tertawa).

Moderator : Oh gak papa kok... Gak tadi kita lagi ngebahas televise kita saat ini lagi mengejar keuntungan dan rating pa gak?

Partisipan L : Setuju, bener banget. Televisi tuch sekarang ngejar profit dan rating aja.

Moderator : Bisa dijelasin gak ?

Partisipan L : Kalau menurut aku sich bener, televisi sekarang banyak mencari keuntungan. Diliat aja ya makin banyak banyak iklan yang marak, trus selain itu juga, apa ya, kayak mereka itu lebih banyak ke sisi negatifnya sich kalo menurut aku, gitu.

Moderator : Sisi negative yang gimana ? Contohnya ?

Partisipan L : Apa ya, kayak, ini tayangan televisi berupa kayak Sinetron gitu ?

- Moderator** : Gak papa... apa aja, pokoknya tayangan televisi
- Partisipan L** : E...Kayak Sinetron gitu ya. Kayak "kiss" gitu. Itu khan kayaknya, kalo menurut aku sich, lebih mengeksploitasi sisi kayak cinta – cintaanya gitu, sisi pendidikannya khan kayaknya gak ada. E... Seperti itu.
- Partisipan H** : Bukannya yang lebih disenengin sisi cinta – cintaan ?
- All** : (tertawa).
- Partisipan D** : Emang iya.
- Partisipan L** : (tertawa) Ndak gini... Maksudnya disini tuch cinta – cintaannya, kok lebih banyak cinta kelawan jenis. Kenapa kok gak lebih banyak cinta sekolah gitu loe, maksudnya gitu (tertawa).
- Moderator** : Oalah...
- All** : (tertawa).
- Partisipan L** : Kalo cinta lawan jenis emang wajar gitu loe. Tapi kayaknya lebih disitu aja.
- Moderator** : Oh ya, kamu tadi belum kenalan ma kita ya ? gak papa khan kalo mbaknya memperkenalkan diri dulu, aktivitasnya apa, terus kuliah dimana.
- Partisipan L** : Sory, aku L, kuliah di Teknik Industri ITS, aktivitas kuliah aja. Nuntut ilmu belajar gitu lah.
- All** : (tertawa)
- Moderator** : L, latar belakang pendidikanmu gimana ? sekolah Islam gitu apa kejuruan waktu kecil hingga SMU ? Kayak OSIS sama BEM gitu ikut gak?

- Partisipan L** : Aku SMP, SMU biasa – biasa aja. Sekolah umum gitu, yang lokasinya dekat rumah. OSIS dulu ikut, kalo kayak BEM gitu gak ikut.
- Moderator** : Waktu luang ngapain aja K ?
- Partisipan L** : Ya kalo ga dirumah ya dibuat jalan keluar.
- Moderator** : Ya balik lagi ke televisi yang kita omongin tadi. Kalo C gimana ?
- Partisipan C** : Sama kayak K.
- Moderator** : Gak mau nambahin lagi gitu?
- Partisipan C** : (tertawa) Gak dech, idem.
- All** : (tertawa).
- Moderator** : Ya kenapa D ? (melihat kearah partisipan D).
- Partisipan D** : Kreativitasnya kurang gitulah mbak. Jadi gitu ya televisi Indonesia tuch mbak, kayak Sinetron Indonesia tuch ya, lebih jiplak kayak Telenovela. Malah sekarang tuch ya, kayak Azizah ya mbak ya (sambil tangannya menuding kearah K dan tersenyum), itu tuch kayak cinta yang hilang, Love Is Cinta tuch sama kayak Love Actually. Malah kemaren tuch mbak, banyak banget yang jiplak Film Korea. Kalau sekarang ngetrennya jiplak Telenovela. Kayak translate gitu lah mbak. Namanya juga cara bikin film tercepat dan cara tercepat mendapatkan uang sebesar – besarnya.
- All** : (tertawa).
- Partisipan D** : Jadi kreatifitasnya kurang mbak, jadi cuma asal tampil, tayang, ya itu tadi cuma menjual, dapat duit, ya udah.
- Moderator** : Tapi bukannya televisi kita sukanya yang gitu, ngetrennya sekarang apa ya itu yang ditayangin.

- Partisipan D : Latah. Emang televisi Indonesia itu latah. Jadi kalo misalnya ada tayangan pasti yang lainnya ntar bakal, jadi misalnya di TransTv lagi nanyangin tentang setan, trus booming, banyak yang suka, trus ntar di TV lain juga nanyangin tayangan kayak – kayak itu, ya kayak gitu dech...
- Partisipan J : Ya, tapi gak bisa serta merta nyalahin TV dong. Gak semuanya seperti kalian !.
- Moderator : Maksudnya ? bisa dijelasin ?
- Partisipan J : Lha kalo kata aku, jadi gini, siapa dulu yang liat TV. Nah sekarang dari 100% orang Indonesia hanya 10% yang seperti kalian. Yang berpikir TV itu harus ada edukasinya, TV itu harus seperti ini, seperti ini. Lha terus kalo pihak televisi hanya memikirkan 10% dari 100% orang Indonesia, dari mana mereka mendapatkan keuntungan.
- Partisipan D : Nah, makanya itu. Lha itu khan berartikan hanya dari sisi bagaimana asalkan mereka mendapatkan duit aja khan ?.
- Partisipan J : He eh.. Ya jelas...
- Partisipan B : Berarti asal pihak TV senang.
- Partisipan J : Enggak, asal bisa makan .
- Partisipan H : O....
- All : (tertawa).
- Partisipan B : Duit berperan khan saat ini soalnya, jadi apa sich, kalau aku lihat sich...
- Partisipan J : Enggak, masalahnya, soalnya televisi di Indonesia sudah gak dapat subsidi dari pemerintah, jadi dari mana dapat uang ?
- Partisipan C : Dari iklan mas.

- Partisipan J : Justru darimana dapat iklan kalo gak jualan ?.
- Partisipan G : E...Tapi khan juga banyak tayangan televisi yang bagus, tapi pendapatan iklannya juga bagus.
- Partisipan J : Contohnya ?
- Partisipan G : Contohnya kayak Kick Andy, OM Farhan, Republik Mimpi, dan masih banyak lagi.
- Partisipan J : Enggak juga. Itu khan versi kalian. Kita khan gak tau di kalangan bawah itu melihat apa, kita gak tau juga khan seseorang yang tidak berpendidikan itu seperti apa. Kita juga ga, e... berapa persen sich penduduk Indonesia, yang kuliah lah, yang berpikir seperti in. Enggak. Kita ini tingkat kemiskinannya masih jauh, tingkat pendidikannya masih wow...(tertawa).
- Partisipan B : Bener mas J, kalau ngomong gitu. Aku cuma mau nambahin sedikit aja. Kayak misalkan orang dibawah kita, yang tidak berpendidikan, misalnya. Kita khan mahasiswa jadi tingkat intelektualnya kita khan, bisa berpikir lebih.
- Partisipan C : Berarti khan orang dibawah kita khan kalo menonton film khan, apa yang lagi diputer, ya itu. Apa itu, meskipun mendidik ataupun gak mendidiklah, yang penting dia seneng, bisa tertawa, terkadang ikutan nangis – nangis, khan seneng orang rakyat bawah. Kayak Indosiar yang jelas – jelas gak didik. Kayak setan – setan tadi, Takdir Ilahi, terus Azab – Azab Kubur, malah sekarang film kayak Dangdut ma India, nyanyi ma nari – nari plus adegan nangis menangis, gak ngerti aku... Itu khan gak mendidik kalo buat saya. Gak bermutu, tapi kalo buat orang lain saya gak tahu.
- Partisipan J : Makanya liat segmen pasar dulu. Lah sekarang kalo padat aktivitasnya mereka tidak akan nonton TV. Darimana, terus rating dari mana kalo

mereka gak pernah nonton TV. Berarti khan wajar kalau televisi itu lebih menyoroti kalangan yang lebih besar gitu khan. Jadi kalo buat aku TV ya hanya jualan aja.

Moderator : Kalo menurut B ?

Partisipan B : Sama kayak mas J.

Partisipan L : Aku juga setuju ma mas J.

All : (tertawa).

Partisipan F : Boleh komentar ?

Moderator : Gak papa

Partisipan F : Ya gak sich aku setuju aja. Intinya sama ma mas J. kita gak bisa nyalahi sepenuhnya TV. Itu tadi kita butuh makan, butuh duit, darimana kalo gak dari konsumen, orang lain yang nonton itu. 10% dari 100% itu gak nonton Tv. Terus juga itu butuh suatu tayangan yang cukup berbobot. Yang 90% itu butuh tayangan hiburan, yang gak peduli itu ada pesan moralnya, gak peduli itu ada pesan pendidikannya, dan yang lain sebagainya.

Moderator : Menurut kalian tayangan Talk show itu gimana sich? Baik dari segi khalayaknya, maupun perbedaannya dengan tayangan lain?

Partisipan K : Namanya aja khan Talk Show. Show ya, Show yang berbicara – berbicara. Pada dasarnya apa ya Talk Show itu. Kalau aku sich pada dasarnya apa ya, kayak Oprah, Empat Mata. OM Farhan, Kick Andy, yang pada dasarnya ada satu ini yang jadi pembawa acaranya. Terus yang ada yang diwawancarainya, bintang tamu, kita mau sesuatu dari itu. Tapi yang membedakan dari bagaimana cara mengemasnya, gitu sich. Dan seberapa bisa si pembawa acaranya ini menggali, mengorek, dan mengambil hikmah dari apa yang udah ditampilkan, diceritain. Khalayak Talk Show

pastinya cenderung dari kalangan tertentu, kalangan menengah keatas, berpendidikan. Secara liat Talk Show khan gak sekedar cuma duduk aja, trus liat gitu aja, kayak liat Sinetron. Tapi khan kita diajak sedikit berpikir dan mencerna topik apa yang lagi di bahas

Partisipan I : Talk Show itu mengupas lebih dalam, tentang apa pun. Tentang topiknya apa, atau tentang seseorang, atau mungkin benda – benda, misalnya. Bintang tamunya mereka itu siapa, itu akan mereka kupas disitu. Khalayak Talk Show yang pastinya segmentasi Talk Show itu lebih jelas. Apa ya, ini loe khalayaknya (sambil jari telunjuknya ditempelkan dan diketuk – ketukkan di dahinya) pintar, lain daripada kayak yang lainnya. Dibandingkan khalayak Sinetron , khalayak Infotainment, mereka tuch ngikut, ngikut, ngikuta aja. Tapi kalo di Talk Show itu, kayak OM Farhan ya, khan kita datang kesini buat bahas Talk Show OM Farhan khan, aku lihat audiensnya mereka itu adalah dari kalangan, misalnya klub – klub motor, terus aku juga lihat ada mahasiswa juga, aku juga lihat ada dari klub – klub lain, ada penonton yang kadang sesuai dengan tema yang dibahas. Aku lihat mereka tuch segmentasinya jelas. Aku lihat mereka disitu kebanyakan orang – orang yang mempunyai, e...apa ya, wawasan yang luas. Otomatis mereka nyambung kalau ada tayangan Talk Show OM Farhan, atau tayangan Talk Show yang lain, nyambung. Ternyata apa yang mereka bicarakan disitu nyambung, apa yang dibicarakan OM Farhan, Berita – Berita OM Farhan, mereka nyambung. Jadi gak asal ngikut dan gak asal melihat dan ikut nongkrong gitu, kayak khalayak – khalayak yang lain gitu.

Partisipan D : Talk Show tuch harus ada pembawa acaranya, ada bintang tamunya sebagai nara sumber, yang membahas tentang sesuatu hal. Cuma biasanya Talk Show itu kesannya lebih gak formil. Khalayak Talk Show tergantung sich. Tergantung acara Talk Shownya juga. Kalau kayak yang di Metro TV, apa... kayak itu loe, Kick Andy, Republik Mimpi, itu khan cenderung kalangan – kalangan mahasiswa gitu. Bukan kayak ibu – ibu khan

biasanya kayak Dorce Show, Kalau OM Farhan mbak masih bisa dari kalangan umum mbak. Kalau Republik Mimpikan ada sisi politiknya mbak. Jadi kadang – kadang ya liat juga gak semua suka juga, tergantung.

Moderator : Mbak G, mbak F gimana? Kalo yang lainnya ?

Partisipan G : Aku sama ma I.

Partisipan F : Sama ma I.

Partisipan J : E...Pada dasarnya sama. Cuma secara otomatis yang tidak punya nilai jual pasti tersisih.

Moderator : Maksud kamu, Talk Show tidak punya nilai jual ?

Partisipan J : Gak. Contoh, beberapa Talk Show yang udah lama -- lama, pasti sudah mulai tersisih. Kayak itu dulu ada itu, apa sich namanya...

Partisipan I : Lepas Malam

Partisipan J : Lepas Malam? Ha..ha..ha..Oh ya Lepas Malam.

Partisipan K : Gimana sich mas!.

All : (tertawa).

Partisipan I : Huh...Aneh.

Partisipan J : Dia khan gak punya nilai jual. Mungkin ya bagi beberapa kalangan dia punya nilai jual. Tapi kalau kita lihat objek yang lebih besar, dia gak punya nilai jual. Ya OM Farhan bolehlah untuk kalangan tertentu, kecil sekali.

Partisipan I : Itu mempengaruhi jam tayang mas. Jam tayang tuch mempengaruhi nilai jual. Sekarang gini kalau jam tayangnya malam, otomatis siapa yang mau

melihat gitu. Sekarang Lepas Malam aja jam berapa, setengah 12 khan. Orang – orang jam segitu itu udah tidur gitu. Jadi siapa yang mau lihat, rating pun turun, otomatis nilai jual juga turun mas.

Partisipan J : O...gak juga, gak juga.

Partisipan I : Otomatis.

Partisipan J : Segmen pasar dia dimana dulu. Kalo OM Farhan gak mungkin dibeber ke semua kalangan. Karena khan segmen pasarnya beda, dia punya nilai edukasi yang beda, yang lebih lah dari yang lainnya.

Moderator : Ya kenapa mbak F ?

Partisipan F : Gimana kalo Empat Mata, itu khan gak ada nilai edukasinya. Cuma menghibur aja.

Moderator : Bisa dijelaskan maksudnya gimana?

Partisipan F : Empat Mata, dari cara hostnya, pemilihan hostnya, terus obrolan mereka, terus guyonan mereka, juga biasa aja. Kalau menurut aku gak perlu diketawain, tapi diketawain, apa gitu yang diketawain, hanya konyol – konyolnya dia aja. Justru itu lebih cenderung memperolok diri sendiri.

Partisipan J : Aku katakan disini liat segmen pasar. Aku bilang OM Farhan itu pasarnya lebih kecil dari Empat Mata. antV aja yang punya pasar yang lebih kecil daripada Trans 7. Sekarang Trans 7 khan manajemennya dah ganti tho. Dia punya kapasitas yang lebih besar daripada si antV. Ya wajar kalau si OM Farhan punya lingkup yang kecil. Dia cuma memanfaatkan segmen pasar itu, makanya dia lebih mefokuskan pada segmen pasar tertentu. Kayak, contohnya pada intelektualitasnya mungkin, ya lebih pada ke edukasinya. Tapi berapa orang sich yang nonton. Ya itu mungkin cara antV aja untuk menarik perhatian, mungkin dia tidak bisa menarik yang

lebih besar. Tapi bisa dapat sesuatu yang kecil, tapi yang berbobot, gitulah.

Partisipan C : Otomatis Talk Show jangan disamakan dengan Infotainment ya. Talk Show lebih berbobot, yang dalam artian dia punya tema, dia punya apa yang dibicarakan. Misalnya Talk Show tentang hari ini, temanya apa dan siapa bintang tamu yang ditampilkan. Kalau Infotainment, menurut aku, apa ya, gak ada tema. Jadi kalo gosipnya apa, ya itu yang ditampilkan.

Partisipan K : Empat Mata itu gak Talk Show gitu loe, tapi lebih ke hiburan. Karena ketika dia menanyakan sesuatu gitu ya, e..ke bintang tamunya, kadang bintang tamunya belum sempet jawab, dia yang udah guyon – guyonan dan akhirnya gak kejawab gitu. Jadi Talk Show lebih berbobot gak juga. Meskipun ada tema ya gitu ya, gak jaminlah. Gak bisa dibandingin dengan ini, inilah...

Partisipan H : Talk Show secara garis besar adalah ngobrol – ngobrol aja sich, mengangkat sebuah topic dan bintang tamu, itu aja. Biasanya khalayaknya ada segmentasinya. Kalo untuk OM Farhan segmennya untuk bisa dibilang yang intelek tadi. Terus kalo Empat Mata itu mungkin semua khalayak bisa untuk mengkomsumsi.

Moderator : Kalau A, B, dan E gimana ? E...bentar deh L juga belum khan ?

Partisipan A : Apa ya, Talk Show itu acara ngobrol – ngobrol dengan berbagai orang. Sama kayak kata yang lain tadi, ada topic yang dibicarakan pokoknya.

Partisipan E : Idem. Cuma Talk Show ada topic yang berat, ada juga topic yang ringan. Kayak kapan hari aku lihat ada Talk Show dengan topic calon Gubernur – Gubernur gitu lah.

Partisipan L : Pertunjukan orang ngobrol. Khan Talk Show.

- Partisipan B : Talk Show ada masalah yang dibahas, ada nara sumber juga ada penanyanya. Udah.
- Moderator : Menurut kalian semua, tayangan Talk Show OM Farhan itu gimana ?
- Partisipan E : Kalau aku dari Talk Show OM Farhan yang paling aku suka topic yang diangkat, pa lagi kalo yang diangkat masalah seks.
- All : (tertawa).
- Partisipan K : Hmm....Yummy...
- Moderator : Seks ? Kenapa yang berbau Seks ?
- Partisipan E : (tertawa) Itu yang paling menggigit di antara kehidupan (tertawa). Iya jujur aja kita udah mahasiswa khan, gak usah tabu - tabu itu khan salah satu kebutuhan.
- All : (tertawa).
- Partisipan J : Enak dong...
- Partisipan K : Kebutuhan ? Kebutuhan pribadi maksudnya?
- All : (tertawa).
- Partisipan E : (tertawa) Sex Education. Iya kebutuhan pribadi. Makanya aku paling seneng kalo topiknya mengupas tentang seks. iya pa lagi kalo bahas seks yang sama bule, bintang tamunya keturunan bule. karena aku suka sama bule, yang seksi – seksi.
- Partisipan J : E...Apa ya, yang ada gunanya buat aku. Contohnya, e...disanakan pasti mengupas berita yang lagi hangat, ya khan pasti mengupas berita yang lagi hangat (pandangan matanya melihat ke moderator dan alisnya terangkat, seolah – olah bertanya ke moderator), dan detail gitu khan. Dan aku gak

perlu mikir, gak perlu baca, gak perlu ngapain, tinggal nonton aja, dan akhirnya aku jadi lebih tau dari situ.

Moderator : Berarti kamu suka isinya, Itu aja ? Gak ada lagi yang disukai dari OM Farhan?

Partisipan J : He eh... Yang seksi – seksi pastilah (tertawa).

All : (tertawa)

Partisipan F : Hoooo...

Partisipan K : Oooo...

Partisipan G : Wajarlah...wajar...

Partisipan J : Malam gitu lho, jadi perlulah yang seksi – seksi (tertawa)

All : (tertawa)

Partisipan J : Terima kasih (tersenyum, sambil menganggukan kepala, tertawa).

Moderator : Kalau I ?

Partisipan I : Pokoknya, apa ya, yang soal tato, apa tuch, tuch melanie ya?

Partisipan F : Iya bener, Melanie.

Moderator : Iya, itu Melanie Subono

Partisipan I : Itu khan sampai didatengin juga ahlinya, tukang tatonya. Aku seneng gitu, maksudnya aku tau akhirnya, bukan berarti aku pingin ditato. Prosesnya tato gimana. Jadi hal yang aku gak ngerti jadi ngerti. Terus aku setuju dengan mbak E juga, tentang seks gitu ya. apalagi kalo bintangnya khan mengugah selera.

- Partisipan E : Oow....
- All : (tertawa)
- Partisipan I : Jadi orang khan langsung melek, yang merem - merem gini (sambil memejamkan mata) jadi melek ngeliatnya, yang seksi, gitu khan mas J ?
- Partisipan J : He eh (tertawa). Namanya juga cowok.
- Partisipan I : Jadi selain topiknya menarik, bintang tamunya juga menarik, seksi tapi tetep berkompeten buat jadi nara sumber. Jadi orang ngeliatnya , wow...keren. Akhirnya ada sesuatu yang gak ngerti, soal seks gitu ya, akhirnya tahu. Ooo.. seperti itu, bukan berarti tahu, terus dicoba. Bukan, Ooo...tahu, tapi dibuat wawasan. Soalnya masih umur – umur mahasiswa, tuch kayaknya pendidikan seperti itu tuch butuh. Jadi aku lebih seneng...
- Partisipan E : Biar gak salah jalan ya...
- Partisipan I : Yuk...betul, jadi kita lebih tahu.
- Partisipan J : Gak bakalan salah jalan, semua mengalir alamiah, seks itu, ntar kalian bakal tahu dengan sendirinya kok.
- Partisipan K : Gak perlu diajarin gitu mas J ? tapi perlu kali Sex Education.
- Partisipan I : Safe aja. Pokoknya aku seneng. Tapi untuk berita – berita terhangatnya, aku suka kalo OM Farhan Tour. Tour itu ada khan? (pandangan mata melihat kearah moderator).
- Moderator :He eh...Touring
- Partisipan I : Aku suka banget, apa lebih hangat dech pokoknya beritanya. Karena apa, hostnya berbobot banget. Jadi setiap acara yang dibawain selalu menarik buat aku. Terus aku lihat juga, apa namanya, bintang tamunya, terus aku tuch seneng banget mereka tuch OM Farhan itu memilih bintang tamunya

gak asal comot, yang gak asal ambil aja. Jadi tuch bener – bener menyamakan. Istilahnya topiknya hari ini apa, artinya malam ini apa, jadi dia mencari bintang – bintang, bintang tamu yang sesuai dengan topic yang diambil gitu. Jadi kurasa aku senengnya itu aja.

Moderator : Kalau K?

Partisipan K : Aku juga suka apa itu, hostnya Om Farhan gitu loe. Dia itu pintar banget memberikan guyonan – guyonan pintar, gitu. Kalo kita bedain Empat Mata sama OM Farhan gitu, pasti ketahuan inteleknya dimana gitu yaa...

Partisipan F : Iya beda banget.

Partisipan K : OM Farhan kadang ngasih ngasih joke – joke ya, ya itu ok. Ya kalo aku bilang sich joke – joke pintar itu. Terus gimana cara dia menyampaikan (tertawa, tersenyum), terus gimana dia ini, e..., apa ya, mengemasnya, dia tuch ok banget. Jadi gak – gak kelihatan, hal itu norak gitu loe, tapi gak kelihatan norak gitu. Tapi gak kelihatan norak ketika dia ngebawain itu. Jadi lebih ke hostnya. Dari audiens, terus setting, dari apa, tahu khan setiap Talk Show punya. Dan OM Farhan Punya Itu. He eh...Gak mungkin khan dia bikin hal yang sama, dan percuma juga kalo dia bikin hal yang sama, yang buat apa, ya nonton aja Talk Show yang satunya.

Moderator : Kalau C ?

Partisipan C : Aku paling suka sama hostnya, bener kayak kata K. tapi aku juga sama band tamunya.

Moderator : Kenapa dengan Band Tamunya ?

Partisipan C : Selalu nampilin penyanyi atau band yang bagus. Yang kadang biasanya juga sekalian promosi album baru ma lagunya. Wes pokoknya band yang gak jadul gitu.

- Moderator : Kalau mbak L. ?
- Partisipan L : Kalo aku suka sama hostnya , plus sama topic yang biasanya dibawain. Dah gitu ya, kadang membicarakan topic yang berat, tapi si Farhan bisa ngebawainnya dengan santai. Jadi yang ngeliat bisa terbawa. Apa ya istilahnya feelnya dapat, halah...
- Moderator : Bagaimana dengan ketiga mbak yang ini ya?
- Partisipan D : Yang paling aku suka pas aku tonton, tuch yang kemaren (tertawa)
- Moderator : Yang kemaren yang mana ? Pas bintangnya siapa ?
- Partisipan D : Yang pas bintangnya Clubeighties tuch mbak.
- Moderator : Iya, kenapa?
- Partisipan D : Karena ada Clubeighties, jadi aku suka banget. Soalnya aku suka Clubeighties. Dari OM Farhan yang aku suka dari sisi bintang tamunya. Mesti bintang tamunya variatif dan gitu yang diundang selalu top dech ma topic yang bakal diangkat.
- Partisipan A : Kalau aku paling suka ma topic yang diangkat OM Farhan selalu menarik. Kayak khan pernah OM Farhan ngangkat topic ada orang haji seorang hajjah tapi dia pria.
- Moderator : Bukannya waria ya?
- Partisipan A : Oh iya mbak, lupa. Dari waria tapi jadi hajjah ya sekarang.
- Moderator : He eh...
- Partisipan A : Itu tuch, menurut aku sesuatu yang baru. Kita ga pernah tahu, liat dimana, di OM Farhan itu ada. Terus kayak pemenang apa itu, Dua Milyar ya?, Super Deal.

- Moderator : Iya, kenapa?
- Partisipan A : Itu belum diwawancarai sama semua, itu ada, di OM Farhan ada. Jadi dia mengeluarkan sesuatu yang baru, itu yang aku suka.
- Moderator : Kalau B ?
- Partisipan B : Dari OM Farhan yang paling nonjol banget tuh hostnya. Namanya aja Talk Show OM Farhan. Jadi Farhannya yang dijual. Ditambah lagi, pertanyaan yang diajuin Farhan tuh, gak asal nanya aja. Dah gitu bintang tamunya gak asal ambil, kayak kata I tadi. Ma OM Farhan aku suka ma bintang tamunya, topic yang lagi dibahas ma itu liputan luar yang dibawain Hilbram.
- Moderator : Kalau D ?
- Partisipan D : Aku sukanya OM Farhan gak kayak Talk Show kebanyakan yang ada. Tau sendiri khan, Talk Show sekarang kebanyakan cuma tertawa doang, kayak Empat Mata, Ringgo Star, Dewa – Dewi malam. Di OM Farhan aku dapat yang lain. Ada pengetahuan baru.
- Moderator : Kalau F ?
- Partisipan F : Aku seneng OM Farhan ngebahas masalah social, ada bahasan selebritisnya juga, ada bahasan teknologinya juga, juga ngebahas berbagai hal. Aku liat juga bintang tamunya variatif banget. Mulai dari masyarakat, hal – hal aneh, pejabat, mpek artis ada. Aku suka banget ma obrolannya, bintang tamunya, dah gitu ada liputannya yang ngambarin sekilas topic yang lagi di bahas.
- Moderator : Kalau G ?
- Partisipan G : Sama kayak yang lain. Aku seneng dengan bagaimana Farhan komunikatif banget ma bintang tamunya.

- Moderator : Kalau H ?
- Partisipan H : Farhan tuch nonjol dari hostnya. Apa lagi ya, walaupun banyak Talk Show yang konsepnya cenderung mirip – mirip, OM Farhan masih tetep jadi diri sendiri, gak tergoda. Itu aja sich.
- Moderator : Temen – temen rutin ngikutin tayangan OM Farhan gak ? Kalian semua tahu khan kalo OM Farhan sempet pindah jam tayang gak ?
- Partisipan K : Awalnya bingung juga jadinya. Agak ini kok, apa tuch...
- Moderator : Tapi tetep ngikutin gak?
- Partisipan K : Awalnya sich, yang kok gak ada gitu. Cuma terus tau. Oh...ini jam segini. He eh...tetep ngikutin juga.
- Moderator : Kalau mbak A ?
- Partisipan A : Ngikutin ya, sering banget ya. suka banget. Apalagi aku ngefansnya Farhan, suka banget.
- Moderator : Berarti, walaupun kemaren OM Farhan sempet pindah – pindah jam tayang ngikutin terus ?
- Partisipan A : He eh...Sama kayak mbak K. Pertama – tama sich gak ngerti, bingung, kok gak ada sich, gak ada. Terus setelah tau dari iklan – iklan, ternyata jam segini – gini, akhirnya tau juga.
- Moderator : Kalau B gimana ?
- Partisipan B : Enggak, gak, gak sering – sering banget. Jadi ya kayak kadang -- kadang liat, kadang – kadang nonton, kadang – kadang enggak gitu. Tergantung lagi, nyampe rumahnya jam berapa. Malah aku gak nyadar kalo pindah tayang. Cuma pas liat TV, loe kok harinya ganti. Udah gitu aja.

- Moderator : Tergantung aktivitas sehari – hari ya ?
- Partisipan B : Iya
- Moderator : Kalau mbak L ?
- Partisipan L : Seminggu khan dua kali ya, hari Rabu dan Jumat gitu khan. Tapi paling sering liat yang hari Jumat gitu lah.
- Partisipan J : Aku malah kebalikan L. aku lebih sering liat yang hari Selasa. Jumat malah kadang – kadang. Tergantung aktifitas sich.
- Moderator : Kalau yang lainnya gimana ?
- Partisipan C : Aku jarang liat sich. Bisnya tergantung aktifitas juga. Kalo nyampe rumahnya cepet n gak capek ya aku lihat. Malah pernah lihat berurutan gitu. Tapi malah pernah juga seminggu gak lihat sama sekali. Kalo soal pindah jam tayang aku tahu, ya dari temen ma iklannya juga.
- Moderator : Kalau F gimana ?
- Partisipan F : Aku lumayan lah liatnya. Apalagi kalo bintang tamunya pas banget ma topiknya.
- Moderator : Kalau E ?
- Partisipan E : Walaupun pindah tayang, sering liat kok aku.
- Moderator : Kalau H ?
- Partisipan H : Jarang liat aku. Kadang – kadang malah pernah aku liat gantian gitu ya liat Empat Mata, sambil liat OM Farhan (tertawa).
- Moderator : G ?
- Partisipan G : Aku jarang liat mbak. Aku tahu pindah tayang pun dari temen aku.

- Partisipan D : Aku gak berurutan liatnya mbak. Kadang 3 kali gak liat, terus liat terus berurutan episodanya. Kadang ga liatnya juga berurutan juga (tertawa). Tapi tetep ngikutin juga.
- Moderator : Kalau I ?
- Partisipan I : Aku Kadang – kadang malah liatnya.
- Moderator : Kemaren tayangan OM Farhan, khan sempat berubah jadi Ramadhannya Farhan, selama bulan Ramadhan. Sering banget liat gak ?
- Partisipan J : Kalau OM Farhan sering banget liat, kalau pas Ramadhannya Farhan, ngikutin, tapi gak sesering OM Farhan. Kadang – kadang liat. Bisnya waktunya khan tanggung antara buka dan prepare mo teraweh. E...tapi pernah loe ada satu episode yang nampilin selebritis anak kecil.
- Partisipan G : O...anak kecil yang maen di Cinta Fitri itu? Yang cewek dan cowok itu khan? Ceweknya rambutnya panjang. Aduh aku lupa siapa namanya...
- Partisipan J : Mboh lah siapa, aku gak kenal (tertawa).
- Moderator : Iya, terus kenapa ?
- Partisipan J : Tau sendiri khan aku gak suka selebritis, jadi ya males (tertawa). Tapi pas itu bagus, Farhannya nanya ma anak kecil itu kenapa mau main di film itu, sekolah dan belajarnya gimana ntar, dipaksa ma mama buat kerja gak, makna ramadhan buat dia apa, sama agama itu gimana, puasanya gimana. Wes pokoknya lebih nga'itin antara agama dengan kehidupan lah.
- Moderator : : Kalau D ?
- Partisipan D : Aku sich tergantung juga. Kalau bintang tamunya suka ya lihat. Tapi intensitasnya lumayan sering liat. Tapi gak jarang juga walaupun bintang tamunya gak suka, tapi kalo topiknya menarik ya aku liat.

- Moderator** : Yang disuka ?
- Partisipan D** : Ehm...temanya. Tema dan artisnya siapa yang ditampilkan.
- Moderator** : Kalau mbak E ?
- Partisipan H** : Yang seksi – seksi lah (tertawa).
- Partisipan E** : (tertawa)
- All** : (tertawa, gaduh)
- Partisipan E** : Kalau pas Ramadhannya Farhan jarang liat. E... Fifty – fifty lah. Soalnya pas waktunya buka, orang sholat, mo teraweh juga khan. Jadi gak munafik meskipun saya suka yang seksi – seksi, ya sholat dulu.
- All** : (tertawa).
- Partisipan E** : Jadi aku lebih sering liat yang biasa – biasa dibandingin yang Ramadhannya Farhan. Kalau Ramadhan khan intensitasnya untuk beribadah.
- Partisipan C** : Cielek...
- All** : (tertawa).
- Partisipan F** : Gak ngaruhlah. Mo Ramadhan pa gak, tergantung tema dan bintang tamunya, menarik pa gak buat dilihat.
- Moderator** : I gimana ?
- Partisipan I** : Tergantung kalo sempet ya liat. Aku kemaren suka pas bahas tentang Chrisye ma Sukma Ayu. Dalam banget, aku sampai terharu.
- Moderator** : Yang lainnya gimana ?

- Partisipan K** : Lumayan liatnya.
- Partisipan H** : Kadang – kadang liat. Soalnya kadang aku khan buka puasa di luar kalo gak di jalan.
- Partisipan L** : Banyak gak liatnya.
- Moderator** : Kalau G, A, gimana ?
- Partisipan A** : Lumayan sering mbak.
- Partisipan G** : lumayan mbak. Soalnya khan puasa mbak, aku banyak buka dirumah. Tapi kadang liatnya gak sampai habis.
- Partisipan B** : Jarang liat
- Partisipan C** : Banyak gak liatnya.
- Moderator** : Dari Ramadhannya Farhan, paling suka ngeliat apanya ?
- Partisipan A** : Topik yang diangkat. Aku pernah pas liat itu lagi bahas tentang maraknya penculikan anak. Disana ada itu loe, e... orang tua siapa tuch, Raisya, jadi bintang tamunya. Bagaimana mereka yang kehilangan, cari sana cari situ, sampai sayembara berhadiah buat nemuin anaknya. Ditambah lagi si Farhan ngaitin dengan agama gitu. Pokoknya aku tersentuh ngeliatnya. Dah gitu ada soundnya yang menyayat hati. Jadi tambah gimana gitu mbak.
- Moderator** : Kalau F ?
- Partisipan F** : Namanya juga Ramadhannya Farhan, bahasannya lebih berkaitan dengan agama. Tapi aku paling suka itu tetep bintang tamunya ma topiknya yang diangkat, sama kayak kata A tadi. Buktinya bintang tamunya ada dari orang tua Raisya sampai Selebritis. Pa lagi ada ulasan agamanya. Itu khan

bis gitu masalahnya dikaitkan dengan ustadnya yang gendut itu, dilihat dari sudut Al Quran.

Moderator : Ulasan Ustad Taufiqurahman. Ya selanjutnya. Muter aja ya, bergantian.

Partisipan G : Sama aku juga suka ada Ustadnya, ada yang jalan – jalan cari Qori ma Qoriah. Dah gitu ada bahasan tempat – tempat buka yang enak dimana aja.

Moderator : Sebelahnya.

Partisipan H : Apanya, aku khan jarang liat. Tapi bagusnya diwaktu orang Islam puasa, Farhan bisa ngasih tontonan yang bagus juga ada kaitannya ma agama. Hmm..aku lebih suka ke topiknya. Oh... sama ada itu khan Farhan yang jalan – jalan. Soalnya aku pernah lihat Farhan yang jalan – jalan ke Masjid yang bagus di Depok, yang ada emasnya. Padahal aku belum pernah nyampe kesitu, tapi aku bisa lihat masjidnya kayak apa.

Moderator : Ayo, mbak yang sebelahnya, mbak I, diem aja...

Partisipan I : (tertawa). Bisnya aku dengerin H. aku khan cuma pernah denger aja ada masjid bagus di Depok. Kenapa pas itu aku gak liat ya...(dengah ekspresi wajah sedikit kecewa).

Moderator : Iya nanti kita berdua ke sana ya...(tertawa).

Partisipan I : (tertawa)

Moderator : Ayo balik lagi, kalo u gimana I, suka liat apanya ?

Partisipan I : Kayak tadi yang aku bilang, pernah liat yang pas ngundang keluarga Chrisye ma Sukma Ayu. Kalo gak salah (dengan ekspresi muka mengingat) tentang kehilangan orang yang dicintai.

Moderator : Jadi lebih suka ke topic yang dibahas ?

- Partisipan I : Iya.
- Moderator : Kalo J ?
- Partisipan J : Kalo aku sich senengnya sama kayak F. topiknya dah gitu diulas secara dari sudut pandang agama Islam.
- Moderator : Kalau K ?
- Partisipan K : Sama topiknya. Sama kayak J.
- Moderator : Kalau L?
- Partisipan L : Aku seneng lihat makanannya.
- All : (tertawa)
- Partisipan L : Loe bener khan disitu ada acara yang Farhan nunjukin tempat berbuka puasa yang enak dan harus dicoba tho? Namanya juga orang puasa, apalagi menjelang detik – detik berbuka !
- Moderator : Iya, memang ada kok. Iya terus, sebaliknya.
- Partisipan B : Sama kayak yang lain, idem.
- Moderator : Idem apanya ?
- Partisipan B : Idem itu mbak, lebih ke bintang tamunya sama gimana Farhan ngasih pertanyaan ke bintang tamunya, terus topic sama makanannya (tersenyum).
- Moderator : Oalah...
- Moderator : Kalau C ? E... D sama E belum ya ?
- Partisipan D dan E : Iya (menjawab bersamaan).

- Partisipan C : Aku khan Hindu, jadi banyak gak liatnya. Paling kalo pas liat lebih senang kuliner makanannya aja.
- Moderator : Kalau D dan E ?
- Partisipan D : Aku lebih ke bintang tamunya ma topiknya juga sich. Jadi pernah ada bintang tamunya Teuku Wisnu. Dia yang cerita bagaimana dia bertahan didunia keartisan, sama godaannya, dan Farhan yang juga Tanya, bagaimana agama membentengin dirinya dari itu semua.
- Moderator : Iya, kalo mbak E gimana ?
- Partisipan E : Aku bintang tamunya. Bintang tamunya tuch pas banget pa gak sama topic yang mau dibicarakan Farhan. Kelihatan kalo bintang tamunya gak asal pilih.
- Moderator : Menurut pendapat kalian semua, saat ini marak banget khan talk show di pertelevisian kita, itu gimana ?
- Partisipan E : Kalau aku sich liatny talk show yang memulai, promoter yang pertama. Jadi aku tuch lebih suka dulu OM Farhan, soalnya promoter. Yang lainnya itu pada ngikut. Kayak macam Dorce Show, Dorce Show itu gak jauh beda sama Oprah Winfrey, ikut banget kalau Dorce Show. Mau temanya, mau rambutnya Dorce ikut kok (sambil tangannya menyentuh rambutnya, dan juga sambil tangannya menyentuh alisnya dari ujung pojok hingga ke ujung pojok garis alisnya).
- All : (tertawa)
- Partisipan E : Masalahnya aku juga penggemar...
- Partisipan J : Dorce Show (tertawa)
- All : (tertawa)

- Partisipan E : Dorce?, penggemar Dorce sich enggak, Cuma sekedar liat aja. Oprah Winfrey kali...Tapi aku lebih senengnya OM Farhan itu, apa, promotor masalahnya. Jadi apa acara talk show lainnya itu Cuma ngikut. Biasa khan Indonesia seperti itu. Suka ngikut – ngikut.
- Partisipan C : Demi mengejar keuntungan rating ?
- Partisipan E : Iya. Apalagi kalo gak cari keuntungan ma rating.
- Partisipan I : OM Farhan atau mungkin Kick Andy itu khan beda banget khan. Kalo bagi aku sekarang, e... program tv itu, e... media sekarang yang lebih sering nanyangin talk show. aku tuch lebih dukung MetroTV, ma Trans Tv. Itu kayaknya lebih banyak . karena apa, aku melihat MetroTV adalah media yang paling berbobot sich aku lihat. Karena hanya sedikit orang yang menikmati Metro gitu. Karena aku dulu pernah baca majalah apa ya, lupa. Disitu jelasin tentang survey bahwa MetroTv hanya orang – orang tertentu yang menikmati gitu. Jadi kayak Kick and Andy, hanya orang – orang tertentu. Aku pikir, apa sich, aku pikir bedalah talk show pasti beda. Karena topiknya aja udah berbeda. Ada yang menghibur, ada yang mengupas secara detail, seperti apa topiknya malam itu. Jadi kayak OM Farhan selain menghibur plus apa, ya serius lah. Jadi Sersan gitu lah. Serius tapi santai.
- Partisipan F : Aku lebih suka MetroTv, tayangannya lebih berbobot. Apa lagi banyak sekali tayangan tentang ilmu pengetahuan, kayak Discovery. Talk show yang aku suka Oprah (tersenyum), selain OM Farhan loe ya. Soalnya selain menghibur juga berbobot, mengenai kita, kompleks, semua ada disitu. Kalau talk show ayng lainnya kebanyakan memperlucu hostnya. Kayak Ringgo Stars, Empat Mata, Midnight Show.
- Partisipan E : Gak mengada – ada, kalau Oprah. Langsung spontanitas, gak dibuat – buat, langsung itu.E...kalau dibedain dengan dorce Show tadi, itu khan jiplaknya banget ya. Kalau OM farhan beda, beda karakter. OM Farhan itu

bagus, topiknya beda – beda, temanya itu beda dan selalu fresh, mengangkat yang tabu menjadi yang tidak tabu. Itu yang selalu aku seneng dari OM Farhan.

Moderator : Kalo menurut yang lain ?

Partisipan J : Ya kayak yang aku bilang sebelumnya. Ngejar segmentasi, rating, duit, buat makan.

Partisipan K : Biasalah Indonesia khan latah. Sekarang ngetrennya apa ya ikut doeng.

Partisipan L : Latah sich kalo aku bilang. Pa lagi berurusan dengan uang dan iklan.

Partisipan A : Selain latah, pihak televisinya kurang kreatifitas gitulah. Liat yang beda khan cuma KicK Andy, OM Farhan, News dot.com, Back to beck. Selebihnya cenderung sama.

Partisipan D : Idem.

Moderator : Kok idem aja. Gak mau beda ? Jangan – jangan yang lain juga ya?

Partisipan C : Iya, Idem.

Moderator : Kalau B,H,G, idem juga ?

Partisipan H : (tertawa) iya, tau aja mbak idem. Khan cirri khas Indonesia (tertawa).

All : (tertawa).

Partisipan G : Kesannya memang latah, cari rating. Dah gitu terlihat Cuma sekedar tukaran bintang tamu. Bis dari sini pindah ke talk show yang satunya. Gitu.

- Partisipan B : Kalo aku sich intinya sama aja kayak temen – temen. Jangankan talk show mbak, sinetron ma reality show aja bisa. Masak talk show gak. Ntar dibilang pilih kasih doeng (tertawa)
- All : (tertawa).
- Moderator : Duh, kamu tuch ya B bisa aja. Lucu sich. Dalam banget lagi maknanya (tertawa). Ya udah dech temen – temen semuanya, karena daftar pertanyaan yang mau aku tanyain dah habis, jadi acara diskusinya aku akhirin sampai disini aja kali ya.
- Partisipan H : Loe kok udah sich mbak, kueku khan belum habis.
- All : (tertawa).
- Moderator : Jangan khawatir, dihabisin aja kuenya. Karena kalian temen – temen semua berkelakuan baik hari ini, manis – manis lage, maka ibu guru akan member kalian semua hadiah makan siang bersama.
- All : (Tertawa)
- Partisipan E : I.ha masak aku anak SD Bu?
- All : (Tertawa).
- Moderator : Aku makasih banget ya ma kalian semua, ya udah mau jauh – jauh datang kesini buat jadi narasumberku. Aku makasih banget ya.
- All : Iya (menjawab bersautan).
- Partisipan D : Sering – sering gak papa mbak. Pa lagi dikasih kue ma makan. Coba ada nonton barengnya. Pasti datang aku mbak.
- Moderator : Lho, tadi khan udah ada nonton bersama, nonton OM Farhan khan tadi?

Partisipan D : Maksudnya 21 mbak!

All : (tertawa)

Moderator : Ngomong doeng (tertawa).

Responden D : Yeee....

Moderator :Ya udah aku tutup ya. makasih banyak sebelumnya. Dari aku sendiri juga dari temen – temen aku, kita minta maaf kalo ada salah kata, salah sikap. Aku juga minta maaf, kalau hidangannya kurang berkenan buat kalian. Sekian dulu dari aku. Assalamualaikum Wr. Wb.

All : Waalaikumsalam Wr. Wb.

