



2.66%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 27 JUL 2024, 9:27 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
0.13%

● CHANGED TEXT
2.52%

Report #22194555

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Masalah Literasi politik pada era digital mengalami transformasi karena adanya perkembangan pada teknologi komunikasi. Literasi politik melibatkan pemahaman praktis tentang konsep-konsep yang berasal dari pengalaman sehari-hari (Heryanto, 2018). Ini mencakup berbagai topik, dari subjek inti politik dan keyakinan pribadi hingga mengidentifikasi kecenderungan yang dapat memengaruhi penerima informasi. Selain itu, literasi politik juga dapat berbentuk sebuah keterampilan, pengetahuan, dan juga sikap. Melalui hal tersebut, jika seseorang melakukan literasi politik, maka akan menambah kemampuan untuk memahami secara mendalam suatu masalah politik. Meningkatkan tingkat kesadaran politik dalam masyarakat merupakan langkah penting dalam pembangunan bangsa yang lebih makmur. Hal ini akan memungkinkan seseorang untuk memperoleh pemahaman mengenai nilai-nilai dasar negara dan kemampuan untuk berpikir kritis yang diperlukan untuk memperbaiki negara di masa depan. Seseorang pribadi juga akan terdorong untuk lebih aktual, teliti, dan kritis. Jika literasi politik dikaitkan dengan masa kini, pada fase pemilihan umum 2024 untuk presiden dan wakil presiden, tentu akan memberikan dorongan bagi masyarakat untuk mencari sebuah informasi politik. Pada masa kini, khalayak luas memiliki banyak alternatif media yang dapat digunakan dalam memfasilitasi informasi dan pertukaran pesan politik. Komposisinya mencakup dua kategori media, khususnya media online dan

media sosial . Media online dapat digolongkan pada platform Google dan Amazon. **12 Berbeda** dengan media sosial, yang dapat digolongkan pada platform Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan sebagainya (Lew & Flanagan, 2023). Dalam penyebaran informasi mengenai politik, pemerintah dan masyarakat menggunakan keduanya. Media online digunakan menjadi platform yang populer untuk mencari informasi baru di internet dalam bentuk tayangan berita, artikel, website, dan lain-lain (Suominen & Jussila, 2018). Penyampaian informasi cenderung hanya satu arah dan didominasi oleh tulisan untuk dibaca. Sedangkan melalui media sosial, informasi berita mengenai politik didominasi oleh bentuk visual berupa video dan gambar, serta bersifat dua arah (feedback) (2018). Hal ini menjadikan para penyelenggara pemerintahan dapat lebih meningkatkan sisi transparansi karena penggunaan media ini dapat memungkinkan politisi berkomunikasi dengan masyarakat secara informal. Masyarakat yang menggunakan media sosial juga dapat lebih bebas mengutarakan pendapat setelah mengetahui adanya keterbukaan, sifat terbuka, dan cenderung lebih santai pada sisi pemerintahan. Berdasarkan preferensi masyarakat digital yang lebih mendominasi media online, banyak perusahaan media yang mulai beralih melakukan siaran dan 1 (Anshori, 2023) (Haris, 2022) (Nabila, 2020) penayangan dalam betul digital. Menurut data yang diberikan oleh Dewan Pers, total 1.711 perusahaan media telah mengkonfirmasi status operasional mereka per Januari 2023 (Rizaty, 2023). Sebanyak 902 perusahaan menjalankan media digital. Media ini hampir bebas bergerak di berbagai platform seperti Youtube, Instagram, dan bahkan memiliki situs web resmi. Narasi TV dan Tempo adalah contoh media digital yang kredibel dan populer saat ini . Kedua media ini menggunakan teknologi dan gaya naratif yang modern untuk memperkaya pengalaman menonton berita. Jenis tayangan yang diproduksi oleh Narasi TV dan Tempo adalah liputan berita, video himbauan, tayangan, hingga berbentuk talkshow terkait pemilu dan ranah politik lainnya . Dengan karakteristik audiens masa kini yang cenderung lebih menyukai keterbukaan dan penyikapan yang informal, maka media politik memilih metode pengemasan

berita politik dalam bentuk talkshow yang lebih unggul pada beragam fitur untuk digunakan, dibandingkan dengan format metode media informasi online lainnya. Talkshow adalah acara televisi dan radio yang biasanya berisi percakapan spontan (Wijayanti & Dhani, 2022). Melalui talkshow, masyarakat dapat terlibat dalam pendidikan politik yang aktif sebagai proses belajar dan berbagi informasi. Informasi pada tayangan talkshow terdapat pada pembahasan yang dipandu oleh host talkshow dan diskusi oleh narasumber yang ahli pada bidangnya. Akan tetapi, dengan adanya fenomena turunnya minat masyarakat untuk menonton televisi, berbagai media mencari alternatif lain untuk menayangkan acara talkshow pada media sosial. Peralihan ini memiliki tujuan untuk memperluas jangkauan informasi yang terdapat pada tayangan dan mengatasi kendala jarak, ruang, dan waktu karena tayangan talkshow yang diunggah pada media sosial dapat diinovasikan dengan menggunakan metode live streaming (Farida & Desi, 2022). Tidak hanya dapat ditonton secara real-time, tetapi tayangan dapat disimpan dan ditonton berulang kali. Salah satu platform media sosial yang menggabungkan kemampuan streaming langsung adalah YouTube. mengungkapkan bahwa Youtube semakin berkembang sebagai salah satu platform terkemuka secara global, membanggakan jutaan pengguna yang terlibat setiap hari. Jumlah pengguna Youtube di Indonesia melonjak menjadi 139 juta pada Oktober 2023, memosisikan negara ini sebagai yang terbesar keempat dalam hal pengguna Youtube di seluruh dunia (We are Social, 2023). “94% pengguna Indonesia mengatakan mereka menggunakan Youtube untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan. Hal ini tentu menjadi alasan utama mengapa platform ini dipilih oleh stasiun TV untuk berkembang lebih luas karena banyaknya masyarakat yang menggunakan platform ini untuk mencari berbagai informasi yang dibutuhkan. Youtube juga memiliki keunggulan fitur utama berupa live streaming yang merupakan proses siaran video secara langsung yang melibatkan penyiaran video secara real time kepada pengguna di seluruh dunia melalui platform Youtube (Putra, 2023). Ini memungkinkan interaksi langsung antara penyiar dan audiens melalui fitur 2 (Fajarlie &

REPORT #22194555

Monggilo, 2023) (Ratnasari, 2021) (Setiadi, 2019) (Putra, 2023) komentar langsung. Selain itu, siaran langsung Youtube memberi pengguna kesempatan untuk melibatkan audiens yang lebih luas dalam skala global, mengingat konten dapat dilihat oleh individu dengan konektivitas internet. Jelang pemilihan presiden, pemanfaatan Youtube sebagai sarana untuk meningkatkan literasi politik menjadi semakin banyak digunakan. Strategi yang digunakan oleh media politik melibatkan talkshow @ yang disiarkan langsung di platform Youtube. Talkshow politik yang disiarkan langsung di Youtube menjadi forum diskusi yang terbuka bagi semua kalangan masyarakat. Para pembicara yang ahli dalam bidang politik dapat membahas isu-isu penting yang berkaitan dengan pilpres, serta memberikan wawasan mendalam tentang proses politik yang sedang berlangsung. Talkshow politik di Youtube juga memberikan fleksibilitas dalam hal waktu dan jangkauan. Keunggulan lainnya tayangan tersebut dapat disiarkan langsung dan disimpan kembali. Sehingga dapat diakses oleh viewers yang tidak dapat mengikuti siaran langsung atau ingin menyimak kembali pembahasan tertentu. Melalui pemaparan mengenai berbagai keunggulan aplikasi tersebut, banyak media yang mau atau sudah mencoba untuk beralih. Salah satunya adalah Narasi TV dengan salah satu program unggulannya yaitu Mata Najwa. Narasi TV dengan program Mata Najwa memproduksi tayangan “Layar Tancap Mata Najwa: Nobat Debat Capres selama kontestasi politik 2024. Acara ini khusus dibuat untuk menghormati serangkaian debat Capres menjelang pemilihan umum mendatang yang dijadwalkan pada 14 Februari 2024. Berbagai konten yang diunggah bertujuan untuk memberikan informasi, edukasi, dan persuasi bagi orang muda. Program acara ini berupaya menyajikan ide – ide, gagasan, dan opini bersama sebagai audiens dari acara debat Capres tersebut. Acara dimulai pukul 19.00 dan berlanjut selama 2 jam. Layar Tancap Mata Najwa ini ditayangkan dengan 5 episode berbeda. Tayangan pertama disiarkan secara live pada tanggal 22 Desember 2023 dan berakhir pada tayangan ke lima pada tanggal 4 Februari 2024. 5 episode yang sudah ditayangkan disesuaikan dengan waktu yang sama dengan berjalannya debat

REPORT #22194555

Pilpres 2024. Pembahasan juga disesuaikan dengan topik yang diusung oleh KPU . Dari seluruh tayangan yang sudah di unggah, tayangan pada debat kelima memiliki total 8.439.881 video views dan 5.350 komentar /tanggal 5 Maret 2024, dengan menjadi rating akses terbanyak dibandingkan tayangan debat episode lainnya. Hal ini dikarenakan tayangan nobar debat ronde 5 adalah episode terakhir dan audiens yaitu masyarakat Indonesia ingin mengetahui final argumen, pembelaan, dan opini debat sebelum pada akhirnya pemilu diadakan (Palupi, 2023). Nobar debat Pilpres dalam Mata Najwa adalah bentuk literasi politik yang cukup unik untuk diterapkan. Konsep nonton bareng tidak hanya dipandu Najwa Shihab namun juga mengundang narasumber yang mewakili 3 kubu yang menjadi pendukung setiap pasangan calon yang akan memberikan pandangan mereka serta berdiskusi pada saat jeda tayangan debat dan setelah acara debat berakhir . Sehingga, 3 (Santoso, 2016) (Ansyorie, 2019) (Santoso, 2016) (Palupi, 2023) (Palupi, 2023) penayangan acara Layar Tancap Nobar Debat yang dilakukan sebanyak lima kali ini, memberi ruang bagi para orang muda untuk memperoleh informasi mengenai Pilpres dengan jelas. Selain audiens online, terdapat juga audiens di studio yang hadir. Sebagai besarnya adalah anak muda. Berdasarkan hasil pra-riset yang sudah dilakukan peneliti, terlihat pada tayangan tersebut didominasi oleh audiens Generasi Z yang diundang secara langsung sebagai figur penonton pada latar talkshow di studio. Audiens juga diberikan kesempatan untuk mengembangkan pemahaman yang lebih. Selain itu, audiens online yang aktif berpartisipasi dalam diskusi dengan mengirimkan pertanyaan atau komentar pada fitur kolom komentar Youtube pun didominasi oleh anak muda pada klasifikasi Generasi Z . Generasi Z merujuk kepada kelompok individu yang lahir antara pertengahan 1996 hingga awal 2011. Pada tahun ini, golongan Generasi Z berusia 12 - 27 tahun . Tumbuh dalam era digital yang berkembang pesat, teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang menjadi komponen fundamental dari keberadaan sehari-hari. Generasi Z sering dianggap sebagai generasi yang paling terhubung secara digital (Wijoyo,

2020). Sehingga terdapat dampak dari tingkat literasi digital yang tinggi dan mampu menguasai teknologi dengan cepat. Di sisi lain, Generasi Z juga dianggap sebagai generasi yang lebih pragmatis dan realistis karena cenderung lebih memperhatikan keberlanjutan lingkungan, kesetaraan sosial, dan isu-isu global lainnya. Generasi Z juga generasi yang lebih progresif dan terbuka terhadap perubahan. Hal ini menjadikan generasi ini membawa tantangan dan peluang baru, serta memiliki potensi untuk membentuk masa depan yang berbeda dari generasi sebelumnya. Melalui tayangan talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5, Generasi Z dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika politik dan masalah yang relevan dengan mereka. Melalui paparan yang terarah, program seperti ini dapat memicu minat politik Generasi Z dan mendorong mereka untuk terlibat secara aktif dalam proses politik yang lebih luas. Sehingga tayangan ini menjadi alternatif literasi politik bagi anak muda yang akan menjadi mayoritas pemilih di tahun 2024 dan tahun-tahun selanjutnya. Melalui pemaparan mengenai tayangan talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres diatas, episode Nobar Debat Capres ronde 5 yang memiliki paling banyak penonton. Hal ini menjadi alasan utama peneliti untuk menguji efektivitas tayangan tersebut pada khalayak yang sudah menyaksikan Nobar Debat Capres ronde 5 hingga tuntas. Sehingga peneliti ingin menganalisis efektivitas tayangan Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5. Dalam hal ini, konsep efektivitas dapat berguna untuk mengukur ketepatan penggunaan, hasil dan tercapainya tujuan. Ini sangat penting sehingga kegiatan atau program dapat dianggap efektif hanya jika tujuan yang telah ditetapkan tercapai. Konsep efektifitas biasa digunakan pada tayangan iklan. Konsep efektifitas dapat digunakan juga pada tayangan talkshow politik untuk mengetahui skala tingkat keberhasilan dan pencapaian tujuan untuk menjadi alat 4 (Palupi, 2023) (Hidayat, 2024) (Hertati, 2022) (Palupi, 2023) (Palupi, 2023) (Mardawani, 2020) dalam meningkatkan literasi politik dan kesadaran masyarakat tentang isu-isu politik yang penting. Dalam penelitian tentang seberapa efektif talkshow, hasil akan diolah dan

dianalisis menggunakan teori Kognitif Respon. Teori ini berfungsi untuk mengetahui bagaimana pesan yang disampaikan oleh sebuah tayangan kepada penonton melalui respon kognitif mereka. Respon kognitif ini terdiri dari tahap pengolahan informasi (kognisi), perubahan sikap terbatas, dan tahap pengolahan informasi lainnya. Teori ini dapat digunakan untuk mengukur efektifitas, terutama dalam komunikasi politik melalui talkshow yang disiarkan di YouTube. Teori dapat dibagi menjadi tiga. Pada penelitian ini, ketiga komponen ini akan membentuk teori Cognitive Response Model (Perloff, 2020). Pertama, dimensi pesan datang dari pesan tayangan yang diterima oleh audiens. Argumen penolakan dan argumen dukungan adalah dua tanggapan utama. Dalam argumen penolakan, pesan yang diterima tidak sependapat dan bertentangan dengan pemberi pesan. Sebaliknya, dalam argumen support, audiens akan secara langsung setuju dengan apa yang disampaikan dalam pesan (Perloff, 2020). Struktur dan isi pesan dapat menentukan pesan yang efektif (Belch & Belch, 2020). Struktur pesan menentukan cara pesan disampaikan. Sedangkan batasan dalam isi pesan adalah bagaimana perasaan yang ditimbulkan setelah menerima pesan dari tayangan. Pada penelitian ini, dimensi isi pesan akan diturunkan menjadi indikator tema tayangan. Konsep tema tayangan adalah elemen kunci dalam pengembangan program televisi yang memberikan arah dan esensi bagi suatu acara (Belch & Belch, 2020). Melakukan identifikasi siapa yang akan menjadi penonton utama program tersebut memungkinkan penyesuaian konsep tema dengan preferensi dan kebutuhan audiens. Indikator tema tayangan yang dimaksud adalah topik dan model pengemasan yang ingin diteliti efektivitasnya pada tayangan Nobar Debat Capres Ronde 5. Sumber pesan merupakan dimensi kedua. Dalam kategori ini, respon kognitif lebih fokus pada sumber informasi tayangan. Menurut Perloff (2020), jenis respons ini akan melihat sumber melalui narasumber dan host acara tersebut. Audiens akan memutuskan untuk mempercayai tayangan atau tidak berdasarkan sumbernya. Ini dapat tergolong ke dalam kategori yang dikenal sebagai kredibilitas sumber. Keahlian, kepercayaan, dan daya tarik adalah tiga

komponen yang membentuk kredibilitas komunikator bagi host dan narasumbernya (Timberg, 2014). Kemampuan komunikator untuk dipercaya dan memiliki integritas moral dalam menyampaikan informasi disebut keahlian, sedangkan Keyakinan mewujudkan perpaduan kebijaksanaan, penguasaan, dan pertemuan yang dimiliki pembicara dalam subjek atau domain tertentu. Sementara daya tarik adalah aspek yang mencakup daya tarik fisik, kepribadian, atau karakteristik lainnya yang membuat komunikator menarik bagi audiens (Timberg, 2014). Dalam penelitian ini, dimensi sumber pesan akan digunakan untuk menentukan kredibilitas host dan narasumber. Kredibilitas host dan narasumber yang dimaksud adalah keunggulan dan pengetahuan dari host dan narasumber yang ingin diteliti efektivitasnya dalam Nobar Debat Capres Ronde 5. 5 Eksekusi pesan tayangan adalah dimensi ketiga. Ini dapat berupa konten audio dan visual (Perloff, 2020). Aspek eksekusi tayangan menentukan apakah audiens menerima atau menolaknya berdasarkan respons kognitif mereka. Efektif atau tidaknya eksekusi pesan suatu tayangan dapat dinilai dari dua aspek yaitu video dan audio . Video mencakup penilaian terhadap tokoh, seting, lokasi, slogan, nuansa dan warna. Sedangkan audio mencakup penilaian musik, voice over dan juga sound effect . Pada penelitian ini, dimensi eksekusi pesan akan diturunkan menjadi indikator talkshow , live streaming , dan interaktif. Talkshow merupakan format program televisi atau radio di mana pembawa acara atau host berinteraksi dengan tamu-tamu yang diundang untuk membahas berbagai topik, mulai dari berita terkini, politik, hiburan, gaya hidup, dan topik-topik lainnya (Timberg, 2014). Praproduksi, produksi, dan pascaproduksi adalah tiga tahap dalam proses produksi talkshow (Febriyana, 2014). Penelitian ini berfokus pada apakah berita politik efektif atau tidak jika disiarkan dalam bentuk talkshow. Live streaming adalah indikator kedua. Live streaming adalah teknologi yang memungkinkan orang menonton video secara langsung melalui internet (Ettlie, 2020). Dalam konsep ini, konten video yang dibuat di satu tempat akan dipancarkan secara real-time ke audiens yang berada di berbagai tempat di internet.

Tayangan Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5, yang disiarkan melalui aplikasi YouTube, menggunakan live streaming. Indikator ketiga bersifat dinamis. Tayangan interaktif adalah jenis konten media yang memungkinkan pemirsa untuk berpartisipasi secara aktif dalam pengalaman menontonnya (Sugiyono, 2023). Tayangan berita interaktif dapat memungkinkan penonton untuk memilih topik yang ingin mereka ketahui lebih lanjut atau menggali lebih dalam ke dalam bagian tertentu dari laporan. Melalui konsep tersebut, penelitian ini memiliki aspek interaktif yang diimplementasikan pada Tayangan Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 dengan dikemas dalam bentuk talkshow . Pada penelitian ini, efektivitas tayangan Tayangan Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 akan diukur berdasarkan analisis Generasi Z karena audiens tayangan tersebut didominasi oleh Generasi Z. Generasi Z merujuk kepada kelompok individu yang lahir antara pertengahan 1996 hingga awal 2011. Pada tahun ini, golongan Generasi Z berusia 12 - 27 tahun . **3** Memiliki sikap yang lebih inklusif terhadap isu-isu seperti hak asasi manusia, kesetaraan gender, dan multikulturalisme . Hal ini menjadikan generasi ini membawa tantangan dan peluang baru, serta memiliki potensi untuk membentuk masa depan yang berbeda dari generasi sebelumnya. Berdasarkan informasi tersebut, tujuan studi ini adalah untuk mencari tahu efektivitas dari tayangan Mata Najwa Nobar Debat Capres ronde 5 oleh Generasi Z. Penelitian akan menggunakan paradigma positivisme, yang mana data akan diperoleh, dikaji dan ditelaah terlebih dahulu untuk menentukan sejauh mana pengaruh adanya paradigma dalam menentukan kaidah-kaidah ilmu pengetahuan . Menggunakan jenis pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk mengolah data 6 (Perloff, 2020) (Perloff, 2020) (Palupi, 2023). (Hidayat, 2024) (Wijoyo, 2020) (Rosika, 2023) tertentu yang akan menunjukkan masalah yang pada akhirnya dapat digeneralisasikan . Dilandaskan pada teori Cognitive Response Model untuk menganalisis efektivitas tayangan Mata Najwa Nobar Debat Capres ronde 5. Diturunkan dari variabel efektivitas tayangan, pada dimensi pesan (tema tayangan), sumber pesan (kredibilitas host dan narasumber), dan eksekusi

pesan (talkshow , live streaming , dan interaktif) pada penelitian ini. Metode survei umumnya digunakan dalam bidang penelitian untuk mengumpulkan informasi mengenai keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, dan korelasi antar variabel. Selain itu, hipotesis tentang variabel tersebut diuji dengan mengumpulkan data dari populasi yang tepat (Maidiana, 2021). Penelitian ini memanfaatkan Generasi Z, yang terdiri dari orang-orang berusia 12 hingga 27 tahun yang menonton acara Debat Capres Ronde 5 oleh Mata Najwa Nobar (Hidayat, 2024). Data akan dikumpulkan melalui kuesioner tertutup, dan metode uji data akan dilakukan melalui tahap pilot, uji validitas, dan uji reliabilitas. Namun, analisis univariat dan deskriptif akan digunakan untuk menganalisis data. Beberapa jurnal dan sumber terdahulu dapat digunakan sebagai referensi atau pijakan untuk penelitian ini. Sebuah studi yang dilakukan di masa lalu menyoroti dampak positif dari program Kick Andy di Metro TV dalam menginspirasi warga yang tinggal di Desa Gunung Elai di Kabupaten Bontang Utara, seperti dilansir Anwar (2015). Studi ini menggunakan survei kuantitatif. Studi ini menemukan bahwa program tayangan Kick Andy dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, terutama untuk mendapatkan informasi yang mendidik dan memotivasi. menggunakan ide-ide dari teori penggunaan dan penghargaan, yang menjadi dasar rujukan penelitian ini. Studi kedua berjudul Efektivitas Variety Show Program Keluarga Berencana melalui Media Televisi (Saleh, 2014). menggunakan metode penelitian kuantitatif yang berbasis pada teori Komunikasi Massa. Konsep penelitian terfokus pada tayangan Program Keluarga Berencana Variety Show di media televisi. Studi ini menemukan bahwa remaja di SMAN 4 Depok memiliki tingkat kognitif, afektif, dan konatif yang tinggi saat menonton acara varietas BKKBN. Teori Respon Kognitif diterapkan dalam studi kedua, berfungsi sebagai kerangka dasar untuk penelitian saat ini. Jurnal sesuai dengan garis besar dan landasan konsep yang digunakan untuk mengembangkan penelitian ini. Studi ketiga, "Efektivitas Talkshow Humor dalam Menurunkan Stres Penyalahguna Narkoba di Rutan Makassar , menggunakan metode survei kuantitatif. Perbedaan yang signifikan

secara statistik muncul dalam skor pretest dan posttest ketika membandingkan kelompok eksperimen dan kontrol. Namun demikian, tidak ada variasi penting yang terdeteksi dalam kelompok kontrol. Temuan ini menyiratkan bahwa ada kemungkinan bahwa menggabungkan pertunjukan komedi dapat bermanfaat dalam mengurangi stres bagi individu dalam rehabilitasi narkoba di Rutan Makassar dengan menerapkan prinsip-prinsip dari teori penggunaan dan penghargaan. Jurnal ini cocok dengan topik dan tujuan penelitian. 7 (Nikmatur, 2017) Dari tiga penelitian yang menjadi rujukan, kebaruan yang ada dari penelitian ini adalah mencari efektivitas konten yang di unggah pada media online yaitu Youtube dengan konsep talkshow live streaming dalam pembahasan politik pada tayangan Nobar Debat Capres ronde 5. Dianalisis lebih dalam menggunakan teori Cognitive Response Model dengan berbagai konsep menjurus dan merujuk pada tujuan penelitian yang ada pada penelitian ini. Berdasarkan seluruh pemaparan di atas, penelitian ini mengangkat judul Efektivitas Pesan Talkshow Politik Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 (Studi Deskriptif Respon Pesan pada Generasi Z). 1.2. Rumusan Masalah Bagaimana efektivitas pesan Talkshow Politik Layar Tancap Mata Najwa edisi Nobar.Debat.Capres Ronde 5 oleh Generasi Z? 1.3. Tujuan Penelitian Mengetahui efektivitas pesan Talkshow Politik Layar Tancap Mata Najwa edisi Nobar.Debat.Capres Ronde 5 oleh Generasi Z. 1.4. Manfaat Penelitian A. Manfaat Akademis 1. Meningkatkan studi penerapan teori Cognitive Response Model 2. Menambah informasi mengenai penerapan teori Cognitive Response Model pada tayangan talkshow politik. B. Manfaat Praktis 1. Memberikan gambaran bagi pembuat program mengenai efektivitas tayangan Talkshow Mata Najwa edisi Nobar Debat Capres Ronde 5 oleh Generasi Z 2. Membuka wawasan masyarakat mengenai pengemasan literasi politik dalam bentuk live streaming talkshow di media sosial Youtube.

15 20 25 26 29 8 BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 15 19 20 25 27 30 Penelitian Terdahulu Tabel 2.1. 15 19 20 27 Penelitian Terdahulu No. Judul Penelitian /Penulis/Tahun Afiliasi Universitas Metode Penelitian Kesimpulan Saran Perbandingan dengan Penelitian ini 1. 7 Efektivitas Tayangan Kick Andy di

Metro TV dalam Memberikan Motivasi pada Warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara / Chairil Anwar / 2015. Universitas Mulawarman Kuantitatif Survei Program tayangan Kick Andy telah berhasil memenuhi kebutuhan masyarakat, terutama dalam hal mencari informasi yang mendidik dan memotivasi. Kualitas penyajian menunjukkan bahwa itu cukup untuk memenuhi kebutuhan responden. Publik dapat menggunakan media massa dengan bijak untuk meningkatkan kehidupan mereka. Salah satu hal yang membedakan penelitian ini dari yang lain adalah bahwa penelitian ini berfokus pada konten politik dalam aplikasi sosial YouTube.

2. Efektivitas Variety Show Program Keluarga Berencana melalui Media Televisi / Damayanti / 2014. Institut Pertanian Bogor Kuantitatif Survei Dalam menonton acara varietas BKKBN, generasi remaja SMAN 4 Depok menunjukkan tingkat kognitif, afektif, dan konatif yang tinggi sebagai hasil dari program KB. Untuk menyampaikan informasi tentang program KB, narasumber harus mempertimbangkan keahlian mereka serta demografi. Fokus penelitian adalah konten politik dalam aplikasi sosial YouTube.

9 (Anwar, 2015) (Saleh, 2014) audiensnya.

3. Efektivitas Tayangan Talkshow Humor dalam Menurunkan Stres pada Masa Rehabilitasi bagi Penyalahguna Narkoba Di Rutan Makassar / Rahmah / 2023. Universitas Negeri Makassar Kuantitatif Survei Hasil uji hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa talkshow komedi dapat membantu pasien rehabilitasi narkoba di Rutan Makassar mengurangi stres mereka. - Fokus penelitian adalah konten politik di media sosial YouTube.

Semua tiga penelitian di atas berbeda dalam hal media yang digunakan, subjek yang diteliti, dan teori konsep yang digunakan. Berdasarkan keseluruhan penyelidikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini sejalan dengan menetapkan kemandirian persepsi. Yang membedakan dari penelitian sebelumnya adalah jenis media yang dipilih, serta topik video berita informasi yang dipilih, yang tidak spesifik atau jelas.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Komunikasi Politik Digital

Komunikasi politik merupakan sebuah area studi yang mengkaji tingkah laku dan

interaksi komunikasi yang berkaitan dengan ranah politik, memiliki dampak politis, atau memengaruhi perilaku politik (Poernomo, 2023). Terdapat lima fungsi dasar komunikasi politik, antara lain: 1. Memberikan informasi kepada publik mengenai peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitarnya. 2. Mengedukasi masyarakat tentang pentingnya dan makna dari fakta-fakta yang ada. 3. Menyediakan wadah bagi perdebatan dan diskusi mengenai isu-isu politik yang relevan. 22 4. Menulis publikasi yang ditujukan kepada pemerintah dan lembaga politik. 5. Menggunakan media massa sebagai alat bagi masyarakat untuk mendukung kebijakan dan program lembaga politik.

Komunikasi politik digital didefinisikan sebagai pemanfaatan alat dan teknologi digital, termasuk internet, media sosial, dan berbagai platform online, untuk transmisi 10 (Rahmah, 2023) (Pureklolon, 2016) pesan politik, memobilisasi massa, dan memengaruhi opini. Salah satu aspek utama dari komunikasi politik digital adalah kemampuannya untuk mencapai audiens yang lebih luas dan tersegmentasi. Komunikasi politik jenis ini akan memanfaatkan media sosial dengan maksimal untuk mengirimkan pesan dan juga berbagai pesan – pesan persuasif (Poernomo, 2023). Ciri dari komunikasi ini adalah memberikan kesempatan bagi para masyarakat agar dapat mengakses informasi politik, dimana pun dan kapan pun tanpa ada kendala. Mengingat potensi pemilih Generasi Z yang cukup besar, para media menggunakannya untuk menyebarkan informasi politik dengan dikemas semenarik mungkin agar mulai ditonton oleh generasi muda dan menjangkau kalangan pemilih muda melalui berbagai platform digital yang sedang populer di kalangan mereka. Dalam penelitian ini, konsep komunikasi politik digital ditujukan pada pemanfaatan media digital menggunakan metode tayangan talkshow dan nonton bareng yang dibuat oleh Najwa Shihab Shihab pada kanal Youtubenya. Dengan menggunakan konsep komunikasi politik digital dalam bentuk talkshow ini, penerimaan informasi politik oleh generasi muda akan lebih mudah untuk dicari dan menarik untuk diketahui.

2.2.2. Teori Cognitive Response Model

Teori Cognitive Response Model melihat bagaimana penonton memproses pesan tayangan melalui pengolahan

informasi yang diterima, perubahan sikap terhadap terhadap sesuatu (afeksi), dan akhirnya pengambilan pilihan (Perloff, 2020). Menurut gambar 2.1, sikap audiens terbagi tiga kategori. Pertama, penerimaan audiens terhadap isi pesan, yang menunjukkan apakah audiens akan suka atau tidak dengan isi pesan. Kedua, sikap audiens terhadap sumber pesan, yang menunjukkan apakah audiens mempercayai sumber pesan dalam tayangan tersebut. Terakhir, sikap audiens terhadap eksekusi pesan, yang menunjukkan apakah audiens akan suka atau tidak dengan eksekusi pesan yang dilakukan dalam tayangan tersebut. Berdasarkan penjabaran diatas, respon kognitif dari audiens dapat dibagi menjadi 3 yang akan menjadi dimensi dari teori Cognitive Response Model pada penelitian ini , antara lain: 1. Pesan Respon ini berasal dari sebuah pesan yang didapatkan oleh audiens dari tayangan. Menurut Perloff (2020), pesan yang disampaikan oleh audiens tidak selalu cocok dengan pesan yang dimaksudkan oleh pembuat tayangan. Dua pendekatan utama untuk pesan adalah argumen penolakan dan dukungan. Komunikator memiliki pendapat yang bertentangan dengan komunikator; sebaliknya, audiens akan secara langsung setuju dengan apa yang disampaikan dalam pesan (Perloff, 2020). Pesan yang efektif dapat dinilai dari dua variabel (Belch & Belch, 2020), antara lain: 11 (Pureklolon, 2016) (Affandi, 2019) (Perloff, 2020) a. Struktur Pesan Batasan dalam struktur pesan adalah bagaimana bentuk pesan yang disampaikan baik itu verbal dan non verbal dapat mempengaruhi khalayak terhadap pesan tersebut, apakah pesan tersebut dapat mudah untuk dipahami terkait topik yang dibicarakan, dan bagaimana penempatan inti pesan tersebut pada suatu tayangan agar pesan yang disampaikan dapat mempersuasi khalayak. b. Isi Pesan Batasan dalam isi pesan adalah bagaimana perasaan yang ditimbulkan setelah menerima pesan dari tayangan. Hal ini dapat berupa setuju atau tidak setuju dalam menerima informasi dari tayangan yang ditonton. Berdasarkan dari penilaian dua variabel tersebut, diturunkanlah indikator sebagai penunjang penilaian penelitian ini: 1) Tema tayangan Konsep tema tayangan adalah elemen kunci dalam pengembangan program televisi yang

memberikan arah dan esensi bagi suatu acara (Belch & Belch, 2020). Melakukan identifikasi siapa yang akan menjadi penonton utama program tersebut memungkinkan penyesuaian konsep tema dengan preferensi dan kebutuhan audiens. Tujuan dari tayangan juga harus jelas, apakah itu untuk memberikan hiburan, memberikan informasi, atau untuk mendidik penonton. Pada penelitian ini, tema tayangan yang dimaksud adalah topik dan model pengemasan yang ingin diteliti efektivitasnya pada tayangan Nobar Debat Capres Ronde 5. Subjek seperti kesejahteraan sosial, budaya, pendidikan, teknologi informasi, kesehatan, pekerjaan, sumber daya manusia, dan inklusi semuanya dalam pertimbangan yang bijaksana. Sedangkan model pengemasan tayangan berupa pembawaan yang informal dengan bentuk talkshow politik. Setelah menelaah melalui indikator pesan yang ada diatas, dilanjut dengan aspek pendekatan teori Cognitive Response berupa reaksi audiens (output) yang akan diberikan setelah menerima pesan. Reaksi tersebut dapat berupa perubahan sikap. Hal ini ditujukan sebagai bentuk penilaian audiens terhadap pesan tersebut. Respon yang ada dapat berupa adanya penerimaan dan penolakan (Perloff, 2020). Pemikiran mengenai pesan tayangan yang diterima audiens memiliki kemungkinan adanya ketidaksesuaian dan tidak diterima oleh audiens. Bentuk tanggapan utamanya adalah support arguments (argumen dukungan) dan counter arguments (argumen penolakan) (2020). Support arguments dapat berupa keyakinan dan kepercayaan akan pesan yang diberikan, sedangkan counter arguments memiliki pemikiran kontra atau berlawanan dan mengekspresikan tidak percaya akan dari pesan yang disampaikan. Melalui 12 pemaparan tersebut, pada penelitian ini yang dimaksud dengan isi pesan adalah pesan yang disampaikan pada tayangan Nobar Debat Capres Ronde 5. Sehingga melalui dimensi isi pesan, akan diturunkan menjadi indikator tema tayangan. Skema output penilaian penelitian ini akan berupa nilai dominan antara support arguments atau counter arguments. 2. Sumber Pesan Dalam kategori ini, respon kognitif lebih fokus pada sumber informasi tayangan. Menurut Perloff (2020), jenis respons ini akan melihat sumber melalui narasumber dan host acara

tersebut. Audiens akan memutuskan untuk mempercayai tayangan atau tidak berdasarkan sumbernya. Pembuat tayangan biasanya menggunakan fitur dan kredibilitas sebuah tayangan untuk membuatnya menarik. Terdapat tiga aspek kredibilitas komunikator bagi host dan narasumbernya, antara lain: a. Keahlian (Expertise): Di sini, pengetahuan, keahlian, dan pengalaman komunikator dalam topik atau bidang tertentu dibahas. b. Kepercayaan (Trustworthiness): Ini berkaitan dengan kemampuan komunikator untuk dipercaya dan memiliki integritas moral dalam menyampaikan informasi. c. Daya Tarik (Attractiveness): Dimensi ini mencakup daya tarik fisik, kepribadian, atau karakteristik lainnya yang membuat komunikator menarik bagi audiens. Melalui pemaparan tersebut, pada penelitian ini yang dimaksud dengan sumber pesan adalah kredibilitas dari host dan narasumber yang berperan pada tayangan Nobar Debat Capres Ronde 5. Sehingga melalui dimensi sumber pesan, akan diturunkan menjadi indikator kredibilitas host dan narasumber.

1) Kredibilitas host & narasumber Sebuah host dalam suatu tayangan merujuk kepada individu atau entitas yang menyajikan atau menghadirkan informasi kepada audiens, seperti pembawa acara, moderator, atau platform penyiaran (Timberg, 2014). Sementara narasumber adalah individu atau pihak yang memberikan informasi atau pandangan dalam suatu konteks tertentu. Kredibilitas host dan narasumber memengaruhi bagaimana informasi diterima dan dipercayai oleh audiens. Kredibilitas host dan narasumber sering kali berhubungan dengan reputasi, pengalaman, dan keahlian dalam bidang yang relevan (Arief, 2022). Seorang host yang dikenal memiliki integritas, pengetahuan yang baik, serta keahlian dalam memfasilitasi diskusi atau menyajikan informasi dapat meningkatkan kredibilitas keseluruhan program atau acara. Sementara itu, kredibilitas narasumber berkaitan dengan keahlian, pengalaman, dan kepercayaan yang dimiliki oleh individu atau pihak yang memberikan informasi. Narasumber yang memiliki kualifikasi yang kuat dalam bidang yang dibahas, pengalaman praktis yang relevan, serta reputasi yang baik dalam 13 (Timberg, 2014) (Timberg, 2014) komunitas atau industri terkait cenderung

lebih dipercaya oleh audiens. Pada penelitian ini, kredibilitas host dan narasumber yang dimaksud adalah keunggulan dan pengetahuan dari host dan narasumber yang ingin diteliti efektivitasnya pada tayangan Nobar Debat Capres Ronde 5. Najwa Shihab sebagai pembawa acara talkshow yang terampil dan berpengalaman, memiliki keahlian yang sangat kuat dalam mengelola dan memoderasi percakapan politik yang kompleks. Selain Najwa terdapat 3 tamu undangan yang menjadi perwakilan masing-masing kubu calon paslon. Terdiri dari perwakilan paslon 1 yaitu Teguh Juarno, perwakilan paslon 2 yaitu Fadli Zon, dan perwakilan paslon 3 yaitu Adian Napitupulu. Ketiga perwakilan paslon yang diundang pada talkshow tersebut juga memiliki keunggulan dalam menyuarakan informasi politik mengenai debat dan paslon capres dengan latar belakang di dunia politik. Setelah menelaah melalui kategori sumber diatas, dilanjut dengan aspek pendekatan teori Cognitive Response berupa reaksi audiens (output) yang akan diberikan setelah mengetahui sumber pesan. Pemikiran mengenai sumber pesan yang diterima audiens memiliki kemungkinan adanya ketidaksesuaian dan tidak diterima oleh audiens. Bentuk tanggapan penilaiannya adalah source bolster atau berupa pikiran positif dan memberi dukungan mengenai juru bicara yang ada pada tayangan tersebut. Berbanding terbalik dengan respon kontranya berupa source decorations atau pikiran negatif berupa keraguan dan ketidaksetujuan terhadap juru bicara tayangan (Perloff, 2020). Pemikiran yang dipilih sebagai penilaian oleh audiens akan mengarah pada penurunan skala penerimaan pesan karena adanya keraguan akan sumber, apakah terpercaya atau tidaknya. 2 Jika audiens merasa juru bicara sebagai sumber pesan tersebut cenderung mengganggu sehingga tidak dapat dipercaya akan pesan yang diberikan, maka respon audiens selanjutnya adalah tidak menerima secara keseluruhan apa yang dikatakan oleh juru bicara (Perloff, 2020). Melalui pemaparan tersebut, pada penelitian ini yang dimaksud dengan isi pesan adalah pesan yang disampaikan pada tayangan Nobar Debat Capres Ronde 5. Sehingga melalui dimensi sumber pesan, akan diturunkan menjadi indikator kredibilitas host dan narasumber. Skema output penilaian

penelitian ini akan berupa nilai dominan antara source bolster atau source derogations . 3. Eksekusi Pesan Audiens dari kelompok ini akan melakukan respons kognitif terhadap eksekusi tayangan. Menurut Perloff (2020), konten audio dan visual yang sudah ada dapat digunakan untuk mengeksekusi tayangan. Apakah audiens akan menerima atau menolak tayangan tersebut tergantung pada faktor-faktor ini. Efektif atau tidaknya eksekusi pesan suatu tayangan dapat dinilai dari dua aspek (Perloff, 2020), antara lain: a. Video 14 (Arief, 2022) (Palupi, 2023) Media elektronik seperti televisi, komputer, handphone, dan lainnya memiliki layar di mana video dapat diputar. Film terdiri dari elemen visual dan motions . Visual memiliki jenis yaitu tokoh, seting, lokasi, slogan, nuansa, dan warna. Gerakan terdiri dari urutan ucapan atau visual. b. Audio Nilai ini terdiri dari musik, pengisian suara, dan efek suara. Jika efek musik ada dalam tayangan, khalayak akan menerima pesan dengan lebih baik. Melalui pemaparan tersebut, pada konstruk teori, eksekusi pesan merupakan bentuk dari penyampaian pesan. Istilah “eksekusi pesan” dalam penelitian ini mengacu pada jenis presentasi percakapan yang menyerupai talkshow informal, interaktif, dan menggunakan fitur live streaming pada tayangan Nobar Debat Capres Ronde 5. Indikator menjadi output spesifik utama dari audiens. Sehingga melalui kedua aspek diatas, peneliti merumuskan kembali menjadi lebih spesifik dengan memodifikasi poin talkshow dan live streaming . Kedua fitur dan jenis metode yang digunakan menjadi keunikan dari tayangan talkshow Nobar Debat Capres Mata Najwa Ronde 5 karena terdapat tayangan baru yang mencoba hal baru dengan menggunakan model talkshow dan live streaming dengan durasi yang cukup panjang. Sehingga melalui dimensi eksekusi pesan, akan diturunkan menjadi 3 indikator, antara lain: 1) Talkshow Efektivitas berarti berhasil atau sukses. Selain itu, evaluasi efektivitas juga dapat digunakan untuk menentukan seberapa baik penggunaan, hasil, dan tercapainya tujuan (Mardawani, 2020).

18 Hal ini sangat penting sehingga kegiatan atau program dapat dianggap efektif jika tujuan tercapai. Selain itu, konsep efektifitas dapat

digunakan dalam talkshow politik untuk menentukan tingkat keberhasilan dan pencapaian tujuan. Ini dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan literasi politik dan kesadaran masyarakat tentang masalah politik penting. Menurut Timberg (2014), talkshow adalah program televisi atau radio di mana pembawa acara dan host berbicara dengan tamu untuk membahas hal-hal seperti berita terbaru, politik, hiburan, gaya hidup, dan lainnya. Talkshow biasanya dipandu oleh seorang pembawa acara yang terampil dan menarik, yang bertanggung jawab untuk mengarahkan interaksi antara pembawa acara dan tamu. Ada 3 tahapan dalam pelaksanaan produksi talkshow yang sesuai dengan standard operation procedure (SOP) (Febriyana, 2014), yaitu: a) Pra-Produksi (perencanaan dan persiapan) Penemuan ide, perencanaan, dan persiapan adalah semua bagian darinya. Sebuah program acara dimulai dengan ide atau gagasan individu atau kelompok, dikenal sebagai teamwork. Kemudian, ide-ide dikumpulkan melalui proses brainstorming. Setelah itu, adaptasi—atau penyesuaian—dilakukan untuk membuat program yang sistematis. Skenario sering dibuat sebelumnya 15 untuk dramatisasi, sementara garis besar biasanya tersedia untuk acara non- dramatis dan berita. b) Produksi (Pelaksanaan) Metode mengartikulasikan skenario yang didokumentasikan di atas kertas dan secara tertulis biasanya disebut sebagai naskah pemotretan. Sangat penting untuk menggambarkan dengan jelas konsep naskah atau garis besar acara untuk meningkatkan kenikmatan penonton. Proses ini sudah menggabungkan berbagai aspek teknis, seperti teknik, untuk mengkonseptualisasikan skrip secara efektif. Selanjutnya, memanfaatkan peralatan dan operator yang terampil menjadi keharusan untuk melaksanakan layanan produksi. c) Pasca-Produksi (penyelesaian dan penayangan) Baik online maupun offline editing serta mixing (menggabungkan suara) termasuk. hasil dari semua langkah-langkah yang diambil pada tahap pasca produksi. Sebagai langkah akhir dalam proses produksi dan penayangan program secara keseluruhan, evaluasi dilakukan. Dalam kasus siaran langsung, siaran biasanya dikirim secara langsung ke panel switcher oleh Program Director (PD), sebelum dikirim langsung ke pemirsa. Oleh karena itu,

pasca produksi berkonsentrasi pada produksi acara tidak langsung. Talkshow sendiri dapat dikemas dengan formal maupun informal. Berbeda dengan talkshow formal yang sering kali memiliki skrip yang ketat dan struktur yang terencana, talkshow informal mengutamakan kebebasan berekspresi dan interaksi yang lebih natural. Dalam talkshow informal, pembawa acara akan cenderung untuk berinteraksi secara bebas dengan narasumber dan audiens. Suasana santai dan tidak terlalu formal dalam talkshow informal memberikan kesan bahwa pembawa acara dan narasumber lebih akrab dan membuat penonton merasa lebih terlibat dalam diskusi. Salah satu contoh talkshow informal sendiri adalah talkshow Layar Tancap Mata Najwa. Youtube "Mata Najwa" memanfaatkan format talkshow, terutama dalam tayangan nobar debat Pilpres 2024. Melalui interaksi antara host dan tamu serta partisipasi penonton melalui media sosial, talkshow ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mendiskusikan dan memahami lebih dalam tentang peristiwa politik terkini, serta memengaruhi opini publik melalui wawasan dan pandangan yang disampaikan oleh para narasumbernya (Palupi, 2023). Melalui konsep tersebut, pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah berita politik dapat efektif jika disiarkan dalam bentuk pengemasan berupa tayangan talkshow dengan mencari tahu dampak positif, minat audiens, dan juga apakah ada perubahan yang terjadi oleh masyarakat sebagai audiens dari tayangan dengan jenis tersebut.

2) Live streaming Live streaming adalah inovasi teknologi yang memungkinkan individu untuk melihat konten video real-time melalui konektivitas internet. . 16 (Timberg, 2014) (Ettlie, 2020) Dalam konsep ini, konten video yang diproduksi di satu lokasi akan dipancarkan secara real-time ke audiens di berbagai tempat melalui platform online. Proses live streaming melibatkan perekaman dan pengiriman data video secara simultan, sehingga pemirsa dapat menikmati konten tersebut saat itu juga tanpa perlu menunggu proses pengunduhan selesai (Ayudya, 2019). Melalui konsep tersebut, pada penelitian ini live streaming digunakan pada Tayangan Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 yang disiarkan pada aplikasi Youtube.

Keunggulan yang jelas terlihat melalui fitur ini adalah menjadikan kolom komentar secara real-time juga, sehingga audiens dapat bertukar pikiran dan mengutarakan pendapat pribadi melalui kolom komentar yang terus bergerak. Strategi ini digunakan untuk memicu daya tarik masyarakat menonton acara debat sembari berkomentar dan menerima informasi tambahan dari audiens lainnya.

3) Interaktif Tayangan interaktif adalah jenis konten media yang memungkinkan pemirsa untuk berpartisipasi secara aktif dalam pengalaman menontonnya (Sugiyono, 2023). Tayangan berita interaktif dapat memungkinkan penonton untuk memilih topik yang ingin mereka ketahui lebih lanjut atau menggali lebih dalam ke dalam bagian tertentu dari laporan. Dengan memasukkan elemen interaktif ke dalam tayangan, media dapat menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan terlibat bagi penonton mereka, memungkinkan mereka untuk merasa lebih terlibat dalam proses konsumsi konten media. Melalui konsep tersebut, pada penelitian ini interaktif diimplementasikan pada Tayangan Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 dengan dikemas dalam bentuk talkshow. Interaktif ini dapat dinilai melalui visual pada Tayangan Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5. Mulai dari tata panggung, resolusi video, pengemasan talkshow yang informal, serta penyertaan audiens generasi muda dalam diskusi yang hadir di studio. Audiens akan menentukan sikapnya terhadap acara tersebut setelah menyelesaikan tiga tahap respon kognitif yang disebutkan di atas. Keputusan ini akan dibuat berdasarkan teori Model Respon Kognitif (Belch & Belch, 2020). Dalam penelitian ini, teori Cognitive Response Model diterapkan pada tayangan debat ronde 5 Capres Mata Najwa Nobar. Dalam talkshow tersebut, terjadi diskusi tentang masalah politik antara tiga perwakilan paslon sebagai narasumber, pembawa acara (Najwa Shihab), dan penonton. Publik akan menentukan sikapnya terhadap acara tersebut setelah melewati tiga tahap respon kognitif, menurut teori Model Respon Kognitif (Belch & Belch, 2020). Memikirkan bagaimana melaksanakan pesan yang diterima audiens dapat menyebabkan ketidaksesuaian dan tidak diterima. Menurut Perloff (2020), tanggapan penilaian ditentukan

oleh kreativitas dan kualitas audio visual yang baik. Kreatifitas yang dimaksud sebagai penilaian adalah bagaimana tayangan dikemas 17 (Ettlie, 2020) (Meilinda, 2017) dengan cara yang menarik dan interaktif dari berbagai aspek sehingga audiens dapat menikmati pesan dan tidak bosan. Audio visual yang dimaksud adalah bagaimana tayangan dapat memberikan tampilan yang menarik untuk memanjakan mata audiens. Jika keduanya dinilai dengan baik, audiens akan tetap dapat menonton tayangan tersebut dengan nyaman dan isi pesan dapat diterima dengan lancar (Perloff, 2020). Melalui pemaparan tersebut, pada penelitian ini yang dimaksud dengan eksekusi pesan adalah tampilan yang ditayangkan pada Nobar Debat Capres Ronde 5. Sehingga melalui dimensi eksekusi pesan, akan diturunkan menjadi indikator talkshow, live streaming, dan interaktif. Skema output penilaian penelitian ini akan berupa penilaian pro atau kontra audiens akan kreatifitas dan audio visual tayangan. Kemudian perspektif audiens berubah dan menentukan apakah mereka akan menikmati acara tersebut atau tidak.

2.2.3. Youtube

Di tengah ledakan informasi yang tak terbatas, media komunikasi digital menjadi kanal utama bagi publik untuk mengakses berita politik. Hal ini memungkinkan akses yang lebih mudah dan cepat terhadap informasi politik yang penting bagi pengguna. Media sosial juga memfasilitasi partisipasi publik yang lebih aktif, memungkinkan pemilih untuk menyuarakan pendapat mereka, berdiskusi, dan berbagi konten politik. Golongan media sosial memiliki banyak aplikasi dan media yang dapat Anda gunakan. Nabila (2020) mengungkapkan bahwa YouTube umumnya diakui sebagai salah satu platform jejaring sosial paling umum di seluruh dunia, yang menyimpan jutaan video dalam berbagai genre, seperti musik, hiburan, pendidikan, dan politik. Youtube menyediakan platform untuk berbagai jenis kreasi video, serta kemampuan untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis. Ini memungkinkan setiap orang dengan akses internet untuk berkomunikasi secara kreatif, berbagi informasi, atau menghibur orang lain. Selain menjadi tempat bagi individu untuk mengekspresikan diri, Youtube juga menjadi alat penting bagi politisi,

partai politik, dan kelompok advokasi dalam komunikasi politik . Melalui saluran resmi atau kampanye tayangan, kandidat politik dapat menyebarkan pesan kampanye mereka kepada pemilih potensial di seluruh dunia. Konten dapat mencakup pidato, wawancara, klip acara kampanye, atau talkshow mengenai pembahasan politik. Youtube juga menjadi platform untuk diskusi dan analisis politik independen (Strangelove, 2021). Banyak pembuat konten yang mengunggah video-video berisi pemikiran, analisis, dan pandangan pribadi tentang isu-isu politik terkini. Salah satu media berita yang memanfaatkan keunggulan Youtube adalah Mata Najwa. Melalui channel tersebut, Najwa Shihab Shihab sebagai pembawa acara utama menyediakan platform untuk mengekspresikan diri dan menyampaikan pesan-pesan politik kepada audiens . Tayangan nobar debat Pilpres juga 18 (Meilinda, 2017) (Wicaksono, 2023) (Setiadi, 2019) (Wijayanti & Dhani, 2022) memberikan kesempatan bagi politisi dan narasumber untuk menyebarkan pesan politik dukungan program mereka. Disiarkan langsung melalui media Youtube secara live streaming , sehingga pengguna memiliki kesempatan untuk terlibat dalam diskusi dan debat interaktif menggunakan berbagai fitur aplikasi. Selain itu, tayangan tersebut juga memfasilitasi diskusi melalui berbagai fitur yang dapat digunakan, seperti kolom komentar, tombol like , dan sebagainya . Ini mencerminkan bagaimana Youtube telah menjadi alat penting dalam komunikasi politik, baik dari sudut pandang politisi, partai politik, dan masyarakat.

2.2.4. Talkshow Layar Tancap Mata Najwa, Nobar Debat Capres Ronde Lima Program televisi "Layar Tancap Mata Najwa: Nobat Debat Capres diproduksi oleh Mata Najwa TV sebagai respons terhadap kontestasi politik pada tahun 2024 . Acara ini dijadwalkan untuk memperingati serangkaian debat Capres sebelum pemilihan umum pada 14 Februari 2024. Tujuan utamanya adalah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk dengan mudah mengelola pesan dan memperbaiki kualitas debat Capres. Acara ini dirancang untuk memberikan ide, gagasan, dan opini bersama sebagai tanggapan terhadap acara debat Capres .

4 Penayangan dilakukan setiap hari pukul 19.00 WIB selama 120 menit dan terdiri dari lima episode yang berbeda.

REPORT #22194555

Episode-episode ini disiarkan secara langsung mulai dari 22 Desember 2023 hingga 4 Februari 2024, menyesuaikan dengan jadwal debat Pilpres yang diatur oleh KPU . Nobar debat Pilpres dalam acara Mata Najwa merupakan contoh literasi politik yang inovatif dan mudah dipahami. Konsep menonton bersama tidak hanya dipandu oleh Najwa Shihab Shihab, tetapi juga melibatkan narasumber yang mewakili berbagai kubu pendukung pasangan calon. Penonton utamanya adalah kaum muda yang memainkan peran kunci dalam membangun masa depan Indonesia . Mereka diberi kesempatan untuk mengembangkan pemahaman mereka dengan berpartisipasi dalam diskusi dan mengirimkan pertanyaan melalui media sosial atau platform interaktif lainnya. Tayangan ini memberikan alternatif literasi politik bagi Generasi Z dan milenial yang merupakan mayoritas pemilih di tahun 2024 . Dengan penyajian dalam bentuk talkshow dan melibatkan Najwa Shihab serta narasumber yang kredibel, acara ini menjadi sumber informasi yang kuat tentang pemilihan umum. Oleh karena itu, sangat penting untuk menilai dampak paparan media dan kredibilitas tuan rumah pada keterlibatan politik Generasi Z. Kelima episode yang telah disiarkan disesuaikan dengan jadwal debat Pilpres 2024 dan topik yang diusung oleh KPU . Episode-episode tersebut diperbaharui dengan materi yang relevan dan dibahas secara mendalam. Dari seluruh tayangan yang telah diunggah, episode terakhir menarik perhatian yang paling besar dengan jumlah tayangan dan komentar terbanyak sebesar 8,4 juta kali ditonton, 150 ribu disukai, dan 5.354 komentar per tanggal 5 Maret 2024. Fenomena ini terjadi 19 (Palupi, 2023) (Wijayanti & Dhani, 2022) (Palupi, 2023) (Palupi, 2023) (Palupi, 2023) (Sari, 2023) (Palupi, 2023) karena keingintahuan masyarakat Indonesia yang meningkat terhadap argumen, pembelaan, dan pandangan yang diutarakan dalam debat terakhir sebelum pemilihan umum diselenggarakan.

2.2.5. Generasi Z

Generasi Z merujuk kepada kelompok individu yang lahir antara pertengahan 1996 hingga awal 2011. Pada tahun ini, golongan Generasi Z berusia 12 - 27 tahun . **13** Tumbuh dalam era digital yang berkembang pesat, teknologi.informasi dan.komunikasi telah menjdi bagian integral dari kehidupan sehari-hari.

Generasi Z sering dianggap sebagai generasi yang paling terhubung secara digital (Hidayat, 2024). **21** Internet, media sosial, dan perangkat pintar menjadi hal yang biasa dan mudah diakses. Sebagai hasilnya, dampak dari tingkat literasi digital yang tinggi dan mampu menguasai teknologi dengan cepat. Di sisi lain, Generasi Z juga dianggap sebagai generasi yang lebih pragmatis dan realistis karena cenderung lebih memperhatikan keberlanjutan lingkungan, kesetaraan sosial, dan isu-isu global lainnya .

Generasi Z juga generasi yang lebih progresif dan terbuka terhadap perubahan. **3** Memiliki sikap yang lebih inklusif terhadap isu-isu seperti hak asasi manusia, kesetaraan gender, dan multikulturalisme . Hal ini menjadikan generasi ini membawa tantangan dan peluang baru, serta memiliki potensi untuk membentuk masa depan yang berbeda dari generasi sebelumnya. Mata Najwa, sebagai salah satu program debat politik yang populer di Indonesia, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap audiens, termasuk Generasi Z. Terpaan yang intens dari acara debat politik dapat memberikan Generasi Z akses yang lebih luas terhadap isu-isu politik dan berbagai pandangan yang berbeda. Melalui tayangan talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5, Generasi Z dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika politik dan masalah yang relevan dengan mereka . Melalui paparan yang terarah, program seperti ini dapat memicu minat politik Generasi Z dan mendorong mereka untuk terlibat secara aktif dalam proses politik yang lebih luas.

2.2.6. Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan variabel tayangan talkshow yang diukur dan dilihat melalui Teori Cognitive Response Model untuk mengukur efektivitas respon tayangan. Indikator untuk talkshow dapat dibagi menjadi beberapa poin, seperti berikut :

1. Pemikiran pesan a. Tema tayangan 20 (Hidayat, 2024) (Meilinda, 2017) (Wijoyo, 2020) (Palupi, 2023) (Perloff, 2020) Apakah tema tayangan berbentuk aktifitas nonton bareng dan mendiskusikan tema debat ronde 5 dapat disukai dan mempengaruhi audiens.
2. Pemikiran sumber pesan a. Kredibilitas host & narasumber Apakah Najwa Shihab sebagai host dan narasumber yang hadir pada Nobar Debat

ronde 5 sesuai dengan konsep acara dan dapat dipercaya oleh audiens.

3. Pemikiran eksekusi pesan a. Talkshow Apakah jenis acara berupa talkshow ini dapat lebih disukai dan efektif oleh audiens dalam hal literasi politik. b. Live streaming Apakah jenis penayangan live streaming dapat mempengaruhi audiens untuk mengikuti tayangan secara real-time . c. Interaktif Apakah konsep dan grafis tayangan dapat menarik perhatian audiens untuk menonton tayangan. 2.3. Kerangka Berpikir Penelitian. ini bertujuan untuk menentukan bagaimana (Studi Deskriptif Respon Pesan Generasi Z). Studi ini menggunakan teori Cognitive Response Model dan memfokuskan pada seberapa efektif talkshow. Beberapa sub variabel mengukur pengolahan informasi, yaitu sumber pesan, isi pesan dalam diskusi, dan eksekusi pesan. Menurut teori Cognitive Response Model, penonton diskusi debat akan memberikan pendapat mereka untuk mendukung atau menentang argumen yang ada tentang isi pesan. Pada akhirnya, ini menunjukkan seberapa efektif talkshow Generasi Z, Mata Najwa Noba Debat Capres Ronde 5.

15 19 26 28 21 BAB III METODE PENELITIAN 1.1. Pendekatan Penelitian Paradigma didefinisikan oleh Atnan (2015) sebagai kerangka pemikiran yang digunakan dalam studi ini. Untuk memilih metode penelitian yang tepat, sangat penting untuk menetapkan paradigma yang diperlukan. Paradigma ini dapat mencakup cara peneliti memahami dan mengukur kebenaran, serta cara mereka mengumpulkan data. Menurut Nikmatur (2017), ada empat paradigma penelitian: positivisme, interpretative, kritis, dan pos modern. Paradigma ini sangat umum digunakan dalam metode penelitian kuantitatif. 11 24 Paradigma positivisme digunakan dalam penelitian ini. Positivisme menganggap realitas sosial memiliki sifat empirik yang dapat diamati dan dibuktikan secara ilmiah, yang merupakan paradigma dominan dalam penelitian konstruksi ilmu pengetahuan (Rosika, 2023). Selain itu, paradigma harus dikaji dan ditelaah terlebih dahulu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh paradigma tersebut terhadap pembentukan dasar ilmu pengetahuan. Pada fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif yang dimana hasil penelitian dapat diperoleh melalui pengolahan sebuah data yang

berupa angka . Data – data yang diperlukan dapat dikumpulkan melalui jawaban masyarakat atau audiens sesuai dengan ciri responden penelitian . Penelitian ini akan menganalisis bagaimana efektivitas tayangan Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 dan menggunakan paradigma positivisme dan pendekatan kuantitatif yang dirasa tepat untuk penelitian ini. 1.2. Metode Penelitian Penelitian kuantitatif digunakan untuk mengolah data tertentu yang akan menunjukkan masalah yang pada akhirnya dapat digeneralisasikan . Penelitian kuantitatif menggunakan filsafat positivisme untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu (Atnan, 2015). Penelitian ini melibatkan pengumpulan data dengan instrumen dan analisis statistik. Terdapat tiga jenis metode penelitian kuantitatif yang cukup berbeda, antara lain: metode survei yang bertujuan untuk mengumpulkan data tentang variabel dari sekelompok subjek, metode studi kausal yang meneliti hubungan sebab-akibat dengan melihat bagaimana hal-hal terjadi dan menemukan faktor penyebabnya melalui data khusus, metode kuantitatif digunakan dalam studi korelasi untuk memeriksa hubungan antara dua atau lebih variabel, mengukur seberapa besar korelasi antara keduanya (Unaradjan, 2019). Penelitian kuantitatif ini dilaksanakan dengan menggunakan jenis metode survei untuk mengukur efektivitas tayangan Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5. Survei berfungsi sebagai alat yang berharga untuk mengumpulkan informasi mengenai persepsi, keyakinan, atribut, tindakan, dan koneksi variabel dalam 22 (Atnan, 2015) (Nikmatur, 2017) (Nikmatur, 2017) demografis tertentu. Selain itu, ini digunakan untuk menguji hipotesis yang berkaitan dengan variabel tertentu (Maidiana, 2021). Pada akhirnya, data yang dikumpulkan memengaruhi generasi. Survei, yang berasal dari filsafat positivisme, biasanya dilakukan secara acak untuk mempelajari populasi atau sampel. Unaradjan (2019) menyatakan bahwa tujuan selanjutnya dari pengumpulan data adalah untuk menguji hipotesis yang telah dibuat sebelumnya. Peneliti dalam studi ini mengumpulkan data responden tentang Nobar Debat Capres Ronde 5 talkshow. 1.3. Responden Teknik purposive mengambil sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Sebaliknya, pengambilan sampel

non-probabilitas digunakan untuk memilih sampel ketika anggota populasi tidak diberi kesempatan yang sama untuk seleksi (Turner, 2022). Peneliti menggunakan metode ini untuk fokus pada fitur spesifik yang selaras dengan tujuan penelitian, karena tidak semua sampel memenuhi kriteria yang diperlukan. Oleh karena itu, peneliti menetapkan fitur tertentu pada sampel agar sampel berikutnya dapat memenuhi dan memenuhi tujuan penelitian. Salah satu subjek penelitian ini adalah: 1. Subscriber akun Youtube Narasi TV 2. Sudah menonton tayangan Layar Tancap Mata Najwa, "Nobar.Debat Capres.Ronde Lima" hingga selesai 3. Generasi Z yang berusia 12 - 27 tahun Peneliti memilih responden berusia 12 hingga 27 tahun karena Generasi Z akan memiliki pengaruh besar pada politik di masa depan. Memahami minat politik Generasi Z saat ini dapat membantu memprediksi arah politik dan strategi yang akan berhasil di masa mendatang (Meilinda, 2017). Selain itu, penelitian ini menggunakan tayangan Layar Tancap Mata Najwa "Nobar.Debat Capres.Ronde Lima", yang mencapai 8.439.818 viewers pada tanggal 5 Maret 2024 di YouTube. Hal ini dilakukan karena subjek penelitian mungkin memiliki lebih banyak subscriber akun YouTube Narasi TV. Menurut Palupi (2023), episode terakhir menampilkan sesi debat Capres terakhir sebelum pemilu 2024, yang menghasilkan lebih banyak tontonan daripada episode sebelumnya. **16** Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menghitung berapa banyak sampel yang dapat dianggap mewakili populasi secara keseluruhan. Rumus ini adalah sebagai berikut : Dengan, n : Ukuran sampel N : Populasi e : Taraf nyata atau batas kesalahan 23 (Hidayat, 2024). (Syatriani, 2020) Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah jumlah viewers yang menonton tayangan Layar Tancap Mata Najwa, "Nobar.Debat Capres.Ronde Lima" yaitu sebanyak 8.439.818 viewers /tanggal 5 Maret 2024. Sehingga jika dihitung menggunakan rumus Slovin, maka perhitungan sebesar: $n = \frac{8.439.818}{1 + 8.439.818(0,05)^2} = \frac{8.439.818}{21,009} = 401.723$ atau dapat dibulatkan menjadi 402 sampel. Berdasarkan atas perhitungan rumus Slovin tersebut, total 402 hasil diperoleh, dengan jumlah peserta untuk penelitian ini adalah 402 orang. 1.4. Teknik Pengumpulan Data Pendekatan peneliti untuk

memperoleh informasi penting yang penting untuk mencapai tujuan penelitian bergantung pada metode mereka mengumpulkan data individu (Atnan, 2015). Instrumen pengumpulan data adalah istilah yang digunakan Unaradjan (2019) untuk menggambarkan alat atau media yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Para ilmuwan menggunakan metode berdasarkan kuesioner untuk mengumpulkan informasi untuk mendorong upaya penelitian mereka. Peserta studi khusus ini bersumber dari berbagai daerah di seluruh Indonesia. 17 Karena jumlah respondennya yang cukup besar untuk mencakup cakupan wilayah dan mudah didistribusikan melalui kuesioner. Ada tiga kategori kuesioner dalam penelitian kuantitatif survei: terbuka, tertutup, dan campuran (Maidiana, 2021). Kuesioner terbuka terdiri dari serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang memungkinkan peserta untuk dengan bebas mengekspresikan pandangan mereka tentang penyelidikan peneliti. Oleh karena itu, proses pengumpulan data dipandang sebagai seni yang menuntut ketajaman penelitian dalam menyusun pertanyaan yang menarik dan dapat dipahami bagi responden. Kuesioner campuran adalah kombinasi dari bentuk kuesioner terbuka dan tertutup, masing-masing dengan kolom untuk isian dan pilihan jawaban yang disesuaikan dengan alasan peserta. 9 Namun, kuesioner tertutup dianggap efektif karena peserta dapat dengan mudah memilih tanda centang atau pilihannya di kolom yang disediakan (Maidiana, 2021). Peneliti memilih metode kuesioner tertutup untuk penelitian ini karena akan lebih mudah bagi responden untuk menjawab setiap pertanyaan.

1.5. Metode Pengujian Data

24 Untuk mengukur tingkat keakuratan data, penelitian ini menggunakan pengujian pilot, validitas, dan reliabilitas kedua variabel.

1.5.1. Pilot Testing

Pilot testing adalah prosedur pengujian data yang dilakukan oleh peneliti untuk menguji pertanyaan terkait variabel X dan Y terlebih dahulu (Green, 2020). Peneliti harus memastikan bahwa pertanyaan kuesioner yang akan digunakan untuk mengumpulkan data telah dibuat dengan benar. Sebagai alat pengujian, pertanyaan kuesioner sangat penting untuk menguji validitas instrumen untuk meningkatkan kualitas pertanyaan, skala, dan format yang mungkin tidak sesuai (Unaradjan, 2019). 23 Sebanyak 30 orang akan

berpartisipasi dalam uji coba pilot ini. Mereka akan diberikan kesempatan untuk memberikan tanggapan terhadap kuesioner selain menjawab pertanyaan. **14** Menurut Green (2020), kuesioner ini digunakan untuk melakukan uji reliabilitas dan validitas penelitian.

1.5.2. Uji Validitas Validitas berarti benar atau tepat. Sebuah penelitian dianggap valid jika indikator yang dipilih peneliti dapat mengukur variabel penelitian. Unaradjan (2019) menyarankan bahwa konsep validitas berasal dari istilah “validitas”, yang menandakan “keadaan aktual”. Konsep ini berkaitan dengan keselarasan antara konstruk atau bagaimana peneliti membayangkan ide dalam definisi konseptual dan pengukurannya. Ini menyangkut sejauh mana persepsi realitas sesuai dengan keadaan keadaan asli. Dengan kata lain, validitas berkaitan dengan keselarasan antara realitas sosial yang dinilai dalam penelitian dan konstruksi yang digunakan oleh peneliti untuk memahaminya (Atnan, 2015). Pemanfaatan konsep validitas konstruk direncanakan akan diimplementasikan dalam penelitian ini untuk tujuan menilai keselarasan konstruksi dengan standar yang diharapkan. Ini akan dilakukan dengan alat analisis Amos 24 dari SPSS. Ukuran yang digunakan adalah: 1. Jikairihitung > ritabel dapat dianggap bahwa item pertanyaan valid. 2. Jikairihitung < ritabel dapat dianggap bahwa item pertanyaan tidak valid. Dalam situasi khusus ini, kuesioner didistribusikan oleh seorang peneliti kepada 30 individu yang memenuhi kriteria yang ditentukan. Hasil berasal dari distribusi kuesioner dan penilaian validitas, yang dilakukan melalui pemanfaatan perangkat lunak SPSS untuk setiap pertanyaan, ditunjukkan di bawah ini: Nilai r, yang didapat dari jumlah 30 responden, adalah 0,361.

Berdasarkan jumlah 20 item pertanyaan, data yang dikumpulkan akan diolah dan dihitung dengan nilai r Tabel untuk menghasilkan jumlah pertanyaan dengan status valid 20. 25 1.5.3. Uji Reliabilitas Setelah alat ukur dianggap sah, dimulai uji ketahanan instrumen. Konsep konsistensi dalam mengukur indikator yang sama dengan alat pengukuran dikenal sebagai reliabilitas (Atnan, 2015). Koefisien reliabilitas, yang memiliki nilai mulai dari hingga 1, mengungkapkan bahwa perusahaan memiliki nilai yang

lebih unggul dalam kaitannya dengan para pesaingnya. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa organisasi tersebut memiliki reliabilitas yang lebih tinggi (Unaradjan, 2019). Peneliti menggunakan metode alfa Cronbach dalam penelitian ini. Menggunakan alat statistik canggih seperti SPSS, koefisien alpha Cronbach dihitung oleh mereka: Hasil reliabilitas sebelumnya menghasilkan angka berikut: Hasil penilaian kepercayaan mengungkapkan nilai Alpha Cronbach sebesar 0.939, termasuk dalam spektrum 0-1. Akibatnya, survei dapat dinyatakan sebagai dapat diandalkan.

1.6. Metode Analisis Data

Studi ini melakukan analisis data deskriptif menggunakan analisis univariat. Dengan membagi variabel efektivitas tayangan menjadi beberapa indikator, data yang diperoleh dari kuisioner dengan sample diuraikan secara deskriptif. Setelah itu, hubungannya dengan teori Cognitive Response Model (CRM) dibahas. Selanjutnya, data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan SPSS 26. Ini mempercepat proses perhitungan data. Peneliti mengumpulkan dan mengolah data untuk menghasilkan temuan yang memecahkan masalah penelitian. Studi ini mengumpulkan dua jenis data (Unaradjan, 2019):

1. **5** Skala nominal Skala nominal berdiri sebagai skala paling dasar dibandingkan dengan skala pengukuran lainnya, digunakan untuk membedakan suatu benda atau peristiwa satu dengan yang lain berdasarkan predikat. Mereka juga dapat digunakan untuk mengkategorikan objek, individu, atau kelompok menurut sebuah kategori tertentu, tetapi angka yang digunakan pada skala ini hanyalah label kategori dan tidak memiliki arti apa pun. Salah satu contohnya adalah klasifikasi jenis kelamin, di mana laki-laki diberi kode 1 dan perempuan diberi kode 2.
2. **11** Skala Interval Skala interval memiliki fitur yang mirip dengan skala nominal: mereka memiliki bentuk interval atau nilai tetap dari pilihan dan dapat ditambah atau dikurangi. Skala Likert, sering digunakan untuk mengukur sentimen atau sudut pandang individu, mewakili kategori tertentu dalam ranah skala interval. Setelah analisis data selesai, hasilnya akan disajikan untuk diinterpretasikan dalam bentuk tabel atau gambar. **11** Peneliti akan menginterpretasikan data untuk sampai pada kesimpulan tentang rumusan masalah dan hipotesis.

1.6.1. Analisis

Deskriptif Untuk survei kuantitatif, analisis univariat digunakan. bersama dengan analisis deskriptif yang dilakukan terhadap variabel yang diukur dalam studi ini untuk memeriksa masing-masing indikator (Unaradjan, 2019). Selain itu, proses ini dilakukan dengan mempelajari data dalam bentuk angka untuk memberikan gambaran yang mendalam tentang karakteristik utama data (Febriani, 2022). Metode ini memanfaatkan statistik deskriptif untuk menyampaikan informasi dalam bentuk angka, diagram, atau tabel (Unaradjan, 2019). Dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, kita dapat menyelidiki lebih dalam atribut fundamental data, menumbuhkan pemahaman yang lebih kaya tentang karakteristik keseluruhannya.

1.7. Keterbatasan Penelitian

Setelah penelitian ini dilaksanakan, tentu akan memiliki hasil dan kesimpulan dari data-data yang sudah diolah. Akan tetapi, keterbatasan penelitian ini terdapat pada hasil analisis penelitian yang hanya dapat digeneralisasikan pada sampel penelitian ini saja. Tidak mencakup keseluruhan Generasi Z yang tergolong pada usia 12-27 tahun.

(Nikmatur, 2017) BAB IV PEMBAHASAN 4.1. Gambaran Objek Penelitian 4.1.1. Literasi Politik di Masa Kontestasi Pilpres 2024 di Media Digital

Perkembangan teknologi komunikasi menyebabkan literasi politik di era digital berubah. Menurut Heryanto (2018), literasi politik melibatkan pemahaman terminologi yang digunakan dalam situasi sehari-hari. Hal ini mencakup hal-hal seperti masalah politik utama, keyakinan pribadi, dan bagaimana penerima informasi dipengaruhi. Selain itu, literasi politik dapat berupa sikap, keterampilan, dan pengetahuan (Anshori, 2023). Dengan demikian, kemampuan untuk memahami secara mendalam suatu masalah politik akan ditingkatkan dengan literasi politik. Kegiatan literasi politik di kalangan masyarakat semakin diperkuat di masa kontestasi pemilihan presiden 2024. Pada fase pemilihan umum 2024 untuk presiden dan wakil presiden, masyarakat semakin menunjukkan minat yang kuat dalam memperoleh informasi politik untuk memastikan mereka mendapat informasi yang baik ketika memilih pemimpin negara. Fenomena ini tidak hanya mencakup peningkatan jumlah konsumsi berita politik, tetapi juga melibatkan partisipasi

masyarakat dalam diskusi politik di berbagai platform digital Setiadi (2019). Media sosial, portal berita online, dan forum diskusi menjadi ruang bagi masyarakat untuk berdialog, berbagi pandangan, dan mengkritisi program serta visi- misi kandidat . Proses ini memperlihatkan bahwa masyarakat tidak lagi menjadi audiens pasif informasi, tetapi juga aktif berperan sebagai produsen konten dan opini. Mereka terlibat dalam kegiatan seperti berbagi artikel, menulis komentar, membuat postingan, dan ikut serta dalam webinar atau diskusi daring yang membahas isu-isu politik terkini. Selain itu, literasi politik di masa kontestasi Pilpres 2024 juga mendorong masyarakat untuk lebih memahami mekanisme pemilu, hak dan kewajiban sebagai pemilih, serta dampak dari partisipasi politik terhadap masa depan negara . Melalui pendidikan politik yang lebih baik, diharapkan masyarakat dapat membuat pilihan yang lebih rasional dan terinformasi, sehingga proses demokratisasi dapat berjalan lebih sehat dan transparan. Secara keseluruhan, peningkatan literasi politik di kalangan masyarakat selama masa kontestasi pemilihan presiden 2024 mencerminkan semakin tingginya kesadaran dan partisipasi politik di era digital. Dengan memanfaatkan berbagai media digital, masyarakat tidak hanya memperoleh informasi yang dibutuhkan tetapi juga berkontribusi aktif dalam proses demokrasi . Hal ini menegaskan pentingnya literasi politik sebagai fondasi bagi masyarakat yang lebih kritis, partisipatif, dan demokratis. 4.1.2.

Profil Narasi TV 28 (Setiadi, 2019) (Putra, 2023) (Rizaty, 2023)

(Nabila, 2020) Narasi TV adalah jenis media yang memungkinkan kaum muda berinteraksi dan berbagi ide melalui programnya, menurut situs webnya. 1

Narasi TV juga digunakan untuk menyampaikan berita dan informasi dengan memasukkan teks dan visual dalam bentuk infografis dan video di berbagai platform media sosial seperti Instagram, nTwitter, nFacebook, dan YouTube selain menyuguhkan berbagai program. PT. Narasi Citra Sahwahita adalah perusahaan yang memiliki divisi televisi. Perusahaan berlokasi di Intiland Tower Lantai 20, Jl. Jend. Sudirman, di Jakarta Pusat. 1 10 Narasi TV adalah platform online yang didirikan oleh jurnalis terhormat Najwa Shihab bersama dengan

rekan-rekannya, Catharina Davy dan Dahlia Citra. Organisasi ini telah beroperasi sebagai outlet media sejak 2018 (Agung, 2020). Narasi TV pertama kali dimulai dengan kanal YouTube Najwa Shihab. **1** Dalam rentang @waktu empat bulan, saluran ini berhasil memperoleh 250.000 pelanggan bersama dengan menerima Silver Play Button, yang merupakan pengakuan YouTube untuk saluran yang mencapai 100.000 subscriber. Dua puluh program hiburan dan berita yang menarik dan beragam saat ini disediakan oleh Narasi TV. dimulai dengan program TV populer seperti Catatan Najwa, Mata Najwa, Sarah Secharian, Tech It Easy, dan Tompi Glenn. Program tergolong berdasarkan model dan target pasarnya.

4.1.3. Program Talkshow Layar Tancap Nobar Debat Capres 2024

Program televisi "Layar Tancap Mata Najwa: Nobat Debat Capres" diproduksi oleh Mata Najwa TV sebagai respons terhadap kontestasi politik pada tahun 2024. Acara ini dijadwalkan untuk memperingati serangkaian debat Capres sebelum pemilihan umum pada 14 Februari 2024. Tujuan utamanya adalah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk dengan mudah mengelola pesan dan memperbaiki kualitas debat Capres. Acara ini dirancang untuk memberikan ide, gagasan, dan opini bersama sebagai tanggapan terhadap acara debat Capres.

4 Penayangan dilakukan setiap hari pukul 19.00 WIB selama 120 menit dan terdiri dari lima episode yang berbeda. Episode-episode ini disiarkan secara langsung mulai dari 22 Desember 2023 hingga 4 Februari 2024, menyesuaikan dengan jadwal debat Pilpres yang diatur oleh KPU. Nobar debat Pilpres dalam acara Mata Najwa merupakan contoh literasi politik yang inovatif dan mudah dipahami. Konsep menonton bersama tidak hanya dipandu oleh Najwa Shihab Shihab, tetapi juga melibatkan narasumber yang mewakili berbagai kubu pendukung pasangan calon. Demografi utama yang dilayani terdiri dari individu-individu muda yang memegang posisi penting dalam membentuk masa depan Indonesia (Palupi, 2023). Mereka diberi kesempatan untuk mengembangkan pemahaman mereka dengan berpartisipasi dalam diskusi dan mengirimkan pertanyaan melalui media sosial atau platform interaktif lainnya. Tayangan ini memberikan alternatif literasi politik bagi Generasi Z dan milenial yang merupakan mayoritas pemilih di tahun

REPORT #22194555

2024 . Dengan penyajian dalam 29 (Wijayanti & Dhani, 2022) (Palupi, 2023) (Palupi, 2023) (Sari, 2023) bentuk talkshow dan melibatkan Najwa Shihab serta narasumber yang kredibel, acara ini menjadi sumber informasi yang kuat tentang pemilihan umum. Oleh karena itu, sangat penting untuk menilai dampak paparan media dan kredibilitas tuan rumah terhadap kepentingan politik Generasi Z. Kelima episode yang telah disiarkan disesuaikan dengan jadwal debat Pilpres 2024 dan topik yang diusung oleh KPU . Episode-episode tersebut diperbaharui dengan materi yang relevan dan dibahas secara mendalam. Fenomena ini terjadi karena keingintahuan masyarakat Indonesia yang meningkat terhadap argumen, pembelaan, dan pandangan yang diutarakan dalam debat terakhir sebelum pemilihan umum diselenggarakan. Nobar debat Pilpres dalam Mata Najwa adalah bentuk literasi politik yang cukup unik untuk diterapkan. Konsep nonton bareng tidak hanya dipandu Najwa Shihab namun juga mengundang narasumber yang mewakili 3 kubu yang menjadi pendukung setiap pasangan calon yang akan memberikan pandangan mereka serta berdiskusi pada saat jeda tayangan debat dan setelah acara debat berakhir . Sehingga, penayangan acara Layar Tancap Nobar Debat yang dilakukan sebanyak lima kali ini, memberi ruang bagi para orang muda untuk memperoleh informasi mengenai Pilpres dengan jelas. Selain audiens online, terdapat juga audiens di studio yang hadir. Sebagai besarnya adalah anak muda. Audiens juga diberikan kesempatan untuk mengembangkan pemahaman yang lebih. Selain itu, audiens online yang aktif berpartisipasi dalam diskusi dengan mengirimkan pertanyaan atau komentar pada fitur kolom komentar Youtube pun didominasi oleh anak muda pada klasifikasi Generasi Z . 4.1.4. Profil Talkshow Layar Tancap Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 Dari seluruh tayangan yang sudah di unggah, tayangan pada debat kelima memiliki total 8.439.881 video views dan 5.350 komentar /tanggal 5 Maret 2024, dengan menjadi rating akses terbanyak dibandingkan tayangan debat episode lainnya. Hal ini dikarenakan tayangan nobar debat ronde 5 adalah episode terakhir dan audiens yaitu masyarakat Indonesia ingin mengetahui final

argumen, pembelaan, dan opini debat sebelum pada akhirnya pemilu diadakan (Palupi, 2023). Pada penelitian ini, episode debat ronde 5 yang menjadi objek untuk diteliti berdasarkan pada konsep isi pesan, sumber pesan, dan eksekusi pesan. 4.1.5. Deskripsi Responden Peneliti telah menyebarkan kuesioner kepada Generasi Z yang berusia 12 hingga 27 tahun, sesuai dengan jumlah sampel dan demografi responden. Selain itu, mereka termasuk pelanggan akun YouTube Narasi TV yang telah menonton acara Layar Tancap Mata Najwa dan "Nobat Debat.Capres Ronde Lima hingga selesai (Hidayat, 2024). Penyebaran kuesioner dilakukan melalui internet menggunakan formulir Google. Peneliti membagikan link ke grup pendukung masing-masing kubu melalui 30 (Palupi, 2023) (Palupi, 2023) (Palupi, 2023) pesan langsung dan menyebarkannya ke aplikasi Telegram berdasarkan karakteristik responden. Sampel total 401,7 dikumpulkan dan dibulatkan menjadi 402. Tabel berikut menunjukkan jumlah total responden: 1. Usia Responden Menurut ilustrasi yang diberikan, total 402 individu berpartisipasi dalam survei dengan mengisi kuesioner sesuai usia mereka, dengan usia 22-27 tahun sebagai usia yang paling banyak. Responden berusia 22-27 tahun berjumlah 272 atau 67,8%, yang berusia 17-21 tahun berjumlah 108 atau 26,7%, dan yang berusia 12-16 tahun berjumlah 22 atau 5,5%. Usia 22-27 tahun termasuk ke dalam usia Generasi Z yang sudah matang atau dewasa, sehingga hal tersebut dapat membuktikan bahwa rentang usia 22-27 tahun memiliki minat yang cukup besar dalam melakukan literasi politik salah satunya dengan menonton tayangan Talkshow Layar Tancap Mata Najwa Nobat Debat.Capres Ronde 5. Hal ini terbukti dengan salah satu sesi wawancaranya, Najwa Shihab mengatakan bahwa target yang disasar oleh Narasi TV adalah pada rentang usia 18-34 tahun yang tergolong sebagai generasi muda (Widyawati & Utomo, 2020). Sehingga hal ini memengaruhi pemanfaatan media sosial Youtube oleh Mata Najwa dengan fitur live streaming dalam penyebaran informasi literasi politik di era pemilihan presiden 2024 sesuai dengan minat bentuk literasi politik yang biasa dilakukan oleh Generasi Z. 6 2. Jenis Kelamin Responden Menurut diagram diatas, dari 402 responden, lebih banyak

perempuan daripada laki-laki yang mengisi kuesioner dengan keterangan jenis kelamin.

Jumlah responden perempuan berjumlah 211, atau 52,5%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 191, atau 47,5%. Dengan adanya perbedaan data tersebut mengenai responden perempuan lebih menonjol dalam mencari literasi politik, hal ini dibuktikan dengan riset mengenai para perempuan yang kini sudah memahami tujuan khusus untuk mengikuti gerakan melek politik di Indonesia yaitu untuk dapat meningkatkan pemahaman tentang HAM (Hak Asasi Manusia) dan HAP (Hak Asasi Perempuan) yang dibutuhkan untuk pengetahuan perempuan, menumbuhkan kepekaan dan kesadaran dalam meningkatkan keadilan gender, meningkatkan pemahaman mengenai advokasi kebijakan, dan meningkatkan minat perempuan untuk lebih aktif dalam organisasi ataupun lembaga politik. Data tersebut mulai membuktikan bahwa pada zaman ini tidak hanya laki-laki saja yang ingin mengetahui lebih literasi politik, tetapi perempuan juga memiliki keingintahuan yang tinggi serta ingin mulai berpartisipasi lebih pada pemilu 2024.

3. Domisili Responden Menurut diagram yang diberikan, terlihat bahwa di antara 402 responden yang berpartisipasi dalam survei, jumlah penduduk yang tinggal di luar Jabodetabek melebihi populasi di Jabodetabek; mereka yang tinggal di luar Jabodetabek berjumlah 235, atau 58,5%, dan mereka yang tinggal di Jabodetabek berjumlah 167, atau 41,5%. Data tersebut membuktikan bahwa banyak audiens yang menyaksikan tayangan Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 berasal dari daerah di Luar Jabodetabek. Hal ini dikarenakan minimnya pencarian sumber literasi politik di daerah-daerah Luar Jabodetabek, sehingga para masyarakat memilih sumber yang efektif dalam mencari informasi politik. Sehingga lebih banyak masyarakat Luar Jabodetabek yang memilih untuk mendapatkan informasi dalam sistem online dan memilih Talkshow Mata Najwa.

4. Asal Kota Responden Menurut diagram di atas, dari 402 orang yang menjawab kuesioner, lebih banyak orang yang berasal dari Bali, Jakarta Barat, dan Lampung. Responden dari Bali berjumlah 39 atau 8,7%, Jakarta Barat 33 atau 8,2%, dan Lampung 31 atau 7,7%.

Pemerintah kota Bali menyatakan bahwa adanya peningkatan jumlah penduduk khususnya pada kabupaten Gianyar dan Badung sehingga tingkat sosialisasi pemilihan umum 2024 ini lebih meluas untuk mendukung warga kota Bali untuk lebih bersemangat menyambut pemilu 2024 dan lebih mencari sumber informasi yang beragam mengenai politik di Indonesia. Sedangkan untuk kota Jakarta Barat dan kota Lampung didominasi oleh penduduk yang berdekatan dengan ibu kota Jakarta sehingga pengetahuan politik dan pencarian informasi akan lebih banyak karena kota tersebut juga cukup sering untuk dihadiri oleh para paslon pemilu 2024. Maka dari itu, hal tersebut membuktikan bahwa banyak audiens yang menyaksikan tayangan Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 berasal dari kota Bali, Jakarta Barat, dan Lampung dibandingkan dengan kota-kota lainnya.

4.2. Hasil dan Analisis Penelitian

Dalam studi khusus ini, satu variabel X diperiksa, secara khusus berfokus pada efektivitas tayangan. Variabel-variabel ini dinilai melalui tiga dimensi, khususnya isi pesan, sumber pesan, dan eksekusi pesan. Menggunakan 5 indikator berupa tema tayangan, kredibilitas host & narasumber, talkshow, live streaming, dan interaktif. Berdasarkan 3 dimensi dan 5 indikator tersebut, diturunkanlah dalam bentuk pertanyaan dengan jumlah 20 butir pertanyaan.

4.2.1. Nilai Rata-Rata Tiga Dimensi Efektifitas Tayangan

Saat menganalisis tiap indikator untuk masing-masing variabel penelitian, singkatan yang digunakan untuk menunjukkan hasil penelitian adalah sebagai berikut: 32 (KPU, 2021). (KPU, 2021)

Selanjutnya, selaras dengan tanggapan sebelumnya, signifikansi respons pertanyaan survei ditentukan melalui skala Likert mulai dari 1 hingga 4. Selanjutnya, menggunakan rumus berikutnya, tanggapan responden dirata-ratakan berdasarkan signifikansi setiap respons. Hasil rata-rata dari perhitungan yang disebutkan di atas dapat dikategorikan menjadi empat kelompok seperti yang diuraikan di bawah ini:

1. Nilai Rata-Rata Dimensi Pesan

Dalam bidang penyelidikan pesan satu dimensi, 290 individu (terdiri dari 72,1% dari seluruh kumpulan responden) menyampaikan sikap setuju yang kuat; sedangkan 95 individu (setara dengan 23,9%) menyuarakan

persetujuan mereka; hanya 16 individu (membentuk 4%) menyatakan perbedaan pendapat; secara mencolok, tidak ada yang memberikan dukungan mereka untuk opsi ketidaksepakatan yang keras. Hasil polling menunjukkan bahwa mayoritas responden tertarik pada konsep "nonton bareng" dan diskusi informal dalam Debat Capres Ronde 5 Talkshow Mata Najwa Nobar. Dengan hanya 16 pemilih yang menyatakan ketidaksetujuan dan tidak ada yang menunjukkan oposisi yang kuat, pertanyaan tersebut telah menerima skor rata-rata 3.682, oleh karena itu, dianggap sangat baik. Dalam pertanyaan pesan dua dimensi, 242 peserta (60,2%) menyatakan sangat setuju, 145 peserta (36,1%) menyatakan setuju, dan 15 individu (3,7%) secara terbuka menunjukkan perbedaan pendapat mereka. Tidak ada satu jiwa pun yang memilih sikap ketidaksepakatan yang mendalam. Temuan menunjukkan bahwa kesejahteraan sosial, budaya, pendidikan, teknologi informasi, kesehatan, ketenagakerjaan, sumber daya manusia, dan inklusi menguntungkan termasuk di antara mata pelajaran yang dibahas dalam debat Capres Putaran 5. Indikator ini memperoleh nilai mean yang sangat baik sebesar 3.565 karena 15 orang yang menyatakan ketidaksetujuan mereka, tanpa ada yang menunjukkan oposisi yang kuat. Pada pertanyaan pesan tiga dimensi, 255 orang yang menjawab (63,4%) menyatakan sangat setuju; 119 orang yang menjawab (29,6%) menyatakan setuju; 28 individu, yang merupakan 7,0% responden, menyatakan ketidaksetujuan mereka, sementara tidak ada peserta yang menyukai alternatif menunjukkan ketidaksepakatan yang kuat. Hasil survei menunjukkan bahwa sesi tanya jawab antara narasumber menarik bagi sebagian besar peserta, yang membantu mereka memahami tema debat. Dengan sebagian besar 28 pemilih menyatakan ketidaksetujuan dan tidak ada yang menunjukkan ketidaksepakatan atau kesepakatan yang kuat, dapat dicatat bahwa pertanyaan ini telah memperoleh skor rata-rata 3.565, yang merupakan indikasi keunggulannya.

2. Nilai Rata-Rata Dimensi Sumber Pesan 33 Dalam ranah asal pesan pertanyaan 1, total 289 peserta (71,9%) menyuarakan penegasan yang gemilang, sementara 83 individu (20,6%) menyatakan setuju, dan 30 responden (7,50%) memilih sikap alternatif. Hasil survei

menunjukkan bahwa mayoritas orang percaya bahwa latar belakang Najwa sebagai jurnalis senior menjamin kualitas Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5. Dengan hanya 30 pemilih yang menyatakan ketidaksetujuan dan tidak ada yang menunjukkan ketidaksepakatan yang kuat, dapat diakui bahwa pertanyaan khusus ini memperoleh skor rata-rata 3.644, sehingga mengarah pada klasifikasinya sebagai sangat baik. Pada pertanyaan dua dimensi yang diajukan oleh sumber pesan, 296 orang yang menjawab (73,6 persen) menyatakan sangat setuju; 92 orang yang menjawab (22,9 persen) menyatakan setuju, 14 orang (3,5 persen) menyatakan pilihan yang berbeda. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas orang percaya bahwa Najwa Shihab memahami informasi penting tentang tema Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 dan dapat mengajukan pertanyaan yang tepat kepada narasumber dari tiga kubu kandidat presiden. Dengan hanya 14 pemilih yang oposisi dan tidak ada yang menyatakan ketidaksetujuan yang kuat, ukuran khusus ini memperoleh peringkat rata-rata 3.701, menegaskan statusnya sebagai luar biasa. Dalam pertanyaan sumber pesan tiga dimensi, 240 peserta (59,7%) menyatakan sangat setuju, 158 peserta (39,3%) menyatakan setuju, 4 peserta (1%) menyatakan pilihan yang berbeda. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden percaya pada latar belakang ketiga narasumber dari kubu paslon sebagai figur publik dan politikus. Ini menunjukkan asas keberimbangan dalam Talkshow Debat Capres Ronde 5 Mata Najwa Nobar. Dengan hanya empat orang yang memberikan suara dalam oposisi dan tidak ada yang dengan keras menyatakan ketidaksetujuan, indikator ini memperoleh nilai mean yang sangat baik sebesar 3.587. Dimensi sumber pesan keempat menunjukkan bahwa 233 orang, atau 58 persen dari peserta, sangat setuju, 167 orang, atau 41 persen, mengatakan setuju, 2 orang, atau 0,5%, pilihan yang berbeda. Hasil polling menunjukkan bahwa mayoritas peserta melihat Najwa Shihab menampilkan dirinya secara profesional dan menarik dalam Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5. Hanya sepasang individu yang memilih untuk memiliki pendapat yang berbeda, dengan tidak ada yang menyatakan

ketidaksepakatan yang kuat. Dengan nilai mean 3.575, indikator ini dianggap sangat baik. Dalam pertanyaan 5 dimensi sumber pesan, 277 orang menjawab (68,9 persen) sangat setuju, 122 orang menjawab (30,3 persen) setuju, 3 orang (0,07 persen) pilihan yang berbeda. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden percaya bahwa narasumber dari ketiga paslon memahami topik yang dibahas dan upaya yang dilakukan oleh kubu masing-masing. Dengan hanya tiga pemilih yang tidak setuju dan tidak satu pun yang sangat tidak setuju, pertanyaan ini memiliki nilai rata-rata sebesar 3.682 dan tergolong sebagai sangat baik. Dalam bidang penyelidikan enam dimensi tentang asal-usul pesan, 272 individu, setara dengan 67,7% dari kelompok, menyatakan penegasan yang kuat; 34 sementara 127 individu, terdiri dari 31,6%, menyuarakan persetujuan; hanya tiga individu, membentuk 0,7%, mengartikulasikan ketidaksepakatan; dan tidak satu jiwa pun memilih alternatif yang sangat tidak setuju. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar orang yang menjawab percaya bahwa ketiga narasumber, yang mewakili ketiga kubu yang berbeda, dapat membantu menjaga suasana diskusi agar lebih fokus. Dengan hanya tiga pemilih yang tidak setuju dan tidak satu pun yang sangat tidak setuju, pertanyaan ini memiliki mean sebesar 3.669 dan tergolong sebagai sangat baik.

3. Nilai Rata-Rata Dimensi Eksekusi Pesan Pada pertanyaan 1 dimensi sumber pesan, 80,3% dari 323 responden dengan tegas menganut gagasan tersebut, sementara 19,7% dari mereka menunjukkan dukungan mereka. Tidak ada yang memilih untuk menentang atau sangat menentang gagasan ini. Menurut hasil survei, mayoritas responden berpendapat bahwa ide talkshow di Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 adalah inovasi menarik dalam menampilkan acara politik yang cenderung serius. Karena tidak ada responden yang berpartisipasi dalam survei yang menyatakan ketidaksetujuan atau ketidaksetujuan yang kuat, indikator tersebut mencapai skor rata-rata 3.803, yang mengarah pada klasifikasinya sebagai sangat baik. Pada pertanyaan 2 dimensi sumber pesan, kedua individu menahan diri dari memilih opsi yang tidak setuju atau sangat tidak setuju. Sebaliknya, 233 orang, atau 58

persen dari peserta, mengatakan sangat setuju. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden percaya bahwa format talkshow membantu mereka mendapatkan informasi tentang pemilihan presiden. Karena tidak ada peserta yang disurvei menyatakan ketidaksetujuan atau ketidaksetujuan yang kuat, skor rata-rata untuk ukuran khusus ini dihitung menjadi 3.580, sehingga menjamin klasifikasinya sebagai sangat baik. Dalam penyelidikan mengenai sumber pesan 3 dimensi, tercatat bahwa 239 responden (59,5%) sangat setuju, sedangkan 162 responden (40,3%) menyatakan setuju mereka. Selain itu, satu responden (0,2%) menyampaikan ketidaksepakatan, dan tidak ada peserta yang memilih ketidaksepakatan yang kuat. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak cepat bosan menonton debat politik talkshow interaktif yang panjang. Indikator mencapai nilai rata-rata 3.592 dan dikategorikan sebagai sangat baik, karena hanya ada satu responden yang menyatakan ketidaksetujuan dan tidak ada yang menentang keras. Pada pertanyaan 4 dimensi sumber pesan, 236 orang (58,7%) mengatakan sangat setuju, sementara 166 individu (41,3%) menunjukkan persetujuan. Khususnya, tidak ada responden yang memilih opsi ketidaksepakatan atau ketidaksepakatan yang kuat. Temuan survei menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa mudah mengakses Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 secara live streaming. Karena tidak ada responden yang menyatakan ketidaksetujuan atau ketidaksetujuan 35 yang kuat dalam suara mereka, dapat dicatat bahwa indikator ini mencapai nilai rata-rata 3,587, sehingga mengarah pada klasifikasinya sebagai sangat baik. Pada pertanyaan 5 dimensi sumber pesan, 282 peserta (70,1%) menyatakan sangat setuju, 119 peserta (29,6%) menyatakan setuju. elain itu, satu peserta (0,2%) menyatakan ketidaksetujuan, dan perlu dicatat bahwa tidak ada peserta yang memilih opsi ketidaksepakatan yang kuat. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa senang dengan kualitas audio dan visual yang bagus selama live streaming Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5. Dengan hanya satu responden yang menyatakan ketidaksetujuan dan tidak ada keberatan kuat dari orang lain, indikator ini mencapai nilai rata-rata

3.699, oleh karena itu, dianggap berkualitas tinggi. Pada pertanyaan 6 dimensi sumber pesan, 283 orang yang menjawab (70,4%) sangat setuju, sedangkan 119 orang yang menjawab (29,6%) setuju. Penting untuk digarisbawahi bahwa tidak ada peserta yang memilih opsi ini menyatakan ketidaksetujuan atau ketidaksetujuan yang kuat. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa sistem live streaming membantu lebih mendapatkan informasi terbaru tentang pemilihan presiden. Karena tidak ada responden yang menyatakan ketidaksetujuan atau ketidaksetujuan yang kuat dalam suara mereka, indikator ini mencapai nilai rata-rata 3,704, yang mengarah pada klasifikasinya sebagai sangat baik. Pada pertanyaan 7 dimensi sumber pesan, 273 orang yang menjawab (67,9%) sangat setuju, 126 orang yang menjawab (31,3%) setuju, tidak ada suara lawan yang dicatat, dan sebagian kecil dari 3 responden (0,7%) sangat menyatakan ketidaksetujuan. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa penayangan Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 secara live streaming dengan kolom komentar yang aktif, memungkinkan responden untuk berdebat secara online dengan audiens lainnya. Dengan hanya tiga peserta yang bertentangan kuat, penyelidikan ini menawarkan peringkat mengesankan 3.664, menempatkannya di ranah keunggulan. Pada pertanyaan 8 dimensi sumber pesan, 320 orang (79,6%) mengatakan sangat setuju, 81 orang. Selain itu, 20,1% (81 orang) menyatakan setuju, sementara hanya 0,2% (1 orang) menyuarakan ketidaksetujuan. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden menyukai Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 karena dikemas secara informal, memungkinkan diskusi yang lancar. Dengan hanya satu responden yang mengungkapkan pendapat yang berbeda dan tidak ada perbedaan pendapat yang kuat, indikator mencapai nilai rata-rata 3.794, sehingga dikategorikan sebagai sangat baik. Dalam ranah dimensi sumber pesan pertanyaan 9, total 244 responden (60,7%) beresonansi dengan persetujuan yang kuat, sementara 157 responden (39,1%) menyuarakan persetujuan mereka, dan responden tunggal (0,2%) memilih pilihan yang berbeda. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden menyukai

Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5, yang mengundang generasi muda untuk 36 berbicara dengan tiga narasumber dari ketiga kubu paslon. Dengan hanya satu responden yang mengungkapkan pendapat yang berbeda dan tidak ada perbedaan pendapat yang kuat, indikator mencapai nilai rata-rata 3.604, sehingga mendapatkan klasifikasi yang sangat baik. Pada pertanyaan 10 dimensi sumber pesan, 288 orang (71,6%) mengatakan sangat setuju, 111 orang (27,6%) mengatakan setuju. Persentase minimal 0,7% menyuarakan ketidaksetujuan, tanpa individu yang memilih sikap ketidaksepakatan yang kuat. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden menyukai tata panggung Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 karena menarik dan memungkinkan audiens berpartisipasi aktif dalam diskusi. Dengan hanya 3 peserta yang menyuarakan ketidaksetujuan mereka dan tidak ada yang keberatan dengan keras, indikator mencapai skor luar biasa 3,709, sehingga mendapatkan klasifikasi sangat baik. Pada pertanyaan 11 dimensi sumber pesan, 246 orang yang menjawab (61,2%) menyatakan sangat setuju, sedangkan 156 individu (38,8%) menyampaikan keselarasan mereka. Tidak ada satu pun jiwa di antara mereka yang memberikan suara mereka untuk pilihan ini yang memiliki pendapat yang berbeda atau memiliki oposisi yang kuat. Dengan mempertimbangkan hasil polling, dapat disimpulkan bahwa mayoritas peserta ingin mengetahui lebih banyak tentang ketiga kandidat capres dan program mereka setelah menonton Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5. Karena tidak ada responden yang menyatakan ketidaksetujuan atau ketidaksetujuan yang kuat dalam pemungutan suara mereka, indikator khusus ini mencapai skor rata-rata 3.612, yang mengarah pada klasifikasinya sebagai sangat baik. Untuk variabel Efektivitas Kesan, grafik rata-rata di atas memberikan visibilitas ke nilai rata-rata dan rata-rata dari setiap dimensi. Dimensi konten pesan menunjukkan nilai rata-rata 3.604, yang dirasakan secara positif. Demikian pula, dimensi sumber menunjukkan nilai rata-rata 3.645, memosisikannya di tempat kedua dan juga menerima umpan balik positif. Perlu dicatat bahwa dimensi eksekusi menonjol dengan nilai rata-rata tertinggi.

4.2.2. Analisis

Deskriptif Variabel 1. Analisis Deskriptif Dimensi Isi Pesan Data

menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan yang berkisar dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Sesuai informasi yang disajikan pada tabel 4.2, pertanyaan awal variabel X berkaitan dengan minat pada tema politik yang terkait dengan konsep “menonton bersama” dan diskusi informal dalam acara televisi Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Putaran 5. Sebagian besar responden, khususnya 290 individu, setara dengan 72,1%, menyatakan persetujuan yang luar biasa, sementara 96 individu, terhitung 23,9%, menunjukkan persetujuan. Selain itu, 16 individu, yang merupakan 4%, menyatakan ketidaksetujuan.

37 Pertanyaan ini berkaitan dengan gagasan tentang efektifitas tayangan pada dimensi pesan mengenai tema tayangan. Ini menunjukkan bahwa para audiens dari masyarakat Indonesia tertarik memilih pembahasan politik yang dikemas dengan menarik, sesuai data survei, ada tingkat kesepakatan yang menonjol di antara responden yang menyatakan persetujuan mereka dengan item tertentu yang dimaksud. Selain itu, ide nonton bareng juga menjadi bentuk tayangan yang baru dan unik, sehingga audiens yang menontonnya baik secara offline maupun secara online akan lebih teredukasi dengan sedikit hiburan. Konsep ini menggabungkan menonton debat secara real-time dan mendengarkan orang berbicara di luar debat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tema politik yang dikemas dalam konsep "nonton bareng" dan diskusi informal dalam Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 di YouTube menarik perhatian 402 orang yang mengisi kuesioner. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.3, pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya telah mengevaluasi dengan cermat isi Debat Capres Putaran 5, yang menyoroti pentingnya dan relevansi tema-tema seperti kesejahteraan sosial, budaya, pendidikan, teknologi informasi, kesehatan, ketenagakerjaan, sumber daya manusia, dan inklusi", menunjukkan bahwa 242 orang, atau 60,2% dari peserta, memberikan suara sangat setuju, 145 orang, atau 36,1%, memberikan suara setuju,

dan 15 orang, atau 3,7%, memberikan suara tidak setuju Pertanyaan ini terkait dengan gagasan tentang efektifitas tayangan pada dimensi pesan tentang tema tayangan. Dilihat dari jumlah peserta yang menyatakan setuju dan setuju kuat dengan pertanyaan ini dibandingkan dengan mereka yang menyatakan ketidaksetujuan, dapat disimpulkan bahwa audiens Indonesia menunjukkan minat yang kuat untuk terlibat dalam diskusi politik yang bermakna yang mencakup berbagai topik penting seperti kesejahteraan sosial, budaya, pendidikan, teknologi informasi, kesehatan, ketenagakerjaan, sumber daya manusia, dan inklusivitas. Selain itu, platform ini memberi setiap pasangan kandidat kesempatan yang sama untuk mempresentasikan sudut pandang mereka, memungkinkan audiens untuk memahami bagaimana masing-masing pasangan mengartikulasikan sikap mereka. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa topik yang dibahas dalam Debat Putaran 5 Capres mencakup berbagai mata pelajaran termasuk kesejahteraan sosial, budaya, pendidikan, TI, kesehatan, ketenagakerjaan, dan sumber daya manusia, di samping penambahan yang terkenal dan menguntungkan dari Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Round 5 yang dapat diakses melalui aplikasi YouTube. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Menurut tabel 4.4, 38 pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya menilai sesi tanya jawab antara narasumber membantu pemahaman saya mengenai tema debat , 255 individu, yang merupakan 63,4% dari peserta, telah menyatakan persetujuan yang kuat, sementara 119 individu, terhitung 29,6%, telah menunjukkan persetujuan, dan 28 individu, mewakili 7%, telah menyatakan ketidaksetujuan. Pertanyaan ini terkait dengan gagasan tentang efektifitas tayangan pada dimensi pesan tentang tema tayangan. Hal ini menunjukkan bahwa sesi tanya jawab antara narasumber membuat para audiens dari masyarakat Indonesia merasa terbantu karena mereka dapat mendengar argumen dan pengetahuan yang disimpulkan, karena jumlah responden yang memberikan suara setuju, termasuk mereka yang sangat setuju, melebihi mereka yang menyatakan ketidaksetujuan dengan topik pertanyaan ini. Dengan demikian, semua orang pada akhirnya

dapat memahami argumen dengan cara yang sama. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dengan menonton Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 di aplikasi YouTube, para responden yang mengisi kuesioner merasa terbantu dengan sesi tanya jawab antara narasumber mengenai tema debat saat ini, termasuk kesejahteraan sosial, kebudayaan, pendidikan, teknologi informasi, kesehatan, ketenagakerjaan, dan sumber daya manusia. Selain itu, mereka juga merasakan inklusi politik yang lebih mendalam.

4.2.3. Analisis Deskripsi Dimensi Sumber Pesan Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Sebagaimana ditunjukkan dalam tabel 4.5, pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya menilai latar belakang Najwa sebagai jurnalis senior merupakan jaminan kualitas Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5, menunjukkan bahwa 289 orang, atau 71,9 persen dari peserta, memilih sangat setuju, 83 orang, atau 20,6 persen, memilih setuju, dan 30 orang, atau 7,5 persen, memilih tidak setuju. Pertanyaan ini berkaitan dengan konsep efektifitas tayangan pada dimensi sumber pesan mengenai kredibilitas host dan narasumber. Hal ini menunjukkan bahwa orang Indonesia memiliki keyakinan kuat terhadap kredibilitas Najwa, yang mengarah pada tingkat kepercayaan yang tinggi dan penerimaan positif terhadap informasi yang diberikan. Hal ini terbukti dalam sejumlah besar responden yang menyatakan setuju atau setuju kuat, dibandingkan dengan mereka yang tidak setuju, ketika menanggapi pertanyaan khusus ini. Ada banyak hal yang telah dicapai oleh Najwa Shihab dari tahun 2004 hingga saat ini. Dimulai dengan menjadi jurnalis terbaik Metro TV hingga nominasi Pembaca Berita Terbaik Panasonic Awards, menghadiri Seminar Jurnalis Senior di berbagai kota di Amerika Serikat, salah satunya di Konvensi Asian American Journalist Association, meraih beasiswa S2 Australia pada Leadership Awards, dan belajar tentang hukum media (Widyawati & Utomo, 2020). Jadi, kualitas Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 dapat dijamin oleh 402 responden yang mengisi kuesioner yang menilai latar belakang Najwa sebagai jurnalis senior. 39

Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Tabel 4.6 menunjukkan bahwa pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya percaya Najwa Shihab memahami informasi penting terkait tema Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5, sehingga dapat mengajukan pertanyaan yang tepat pada narasumber dari tiga kubu kandidat capres , 296 responden, atau 73,6%, memberikan suara sangat setuju, 92 responden, atau 22,9%, memberikan suara setuju, dan 14 responden, atau 3,5%, memberikan suara tidak setuju. Pertanyaan ini berkaitan dengan ide tentang efektifitas tayangan pada dimensi sumber pesan yang berkaitan dengan kredibilitas host dan narasumber. Hal ini menunjukkan bahwa ada persepsi di antara orang Indonesia bahwa Najwa memiliki pemahaman yang mendalam tentang topik-topik seperti kesejahteraan sosial, budaya, pendidikan, teknologi informasi, kesehatan, ketenagakerjaan, sumber daya manusia, dan inklusi. Persepsi ini didasarkan pada tanggapan para peserta yang menunjukkan persetujuan mereka dengan memilih baik setuju atau sangat setuju. Sebagai pembawa acara, Najwa Shihab memiliki kredibilitas karena integritas, pengetahuan yang baik, dan kemampuan untuk memfasilitasi diskusi atau menyajikan informasi yang dapat meningkatkan kredibilitas program atau acara secara keseluruhan. Jadi, Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 berbobot dan bermanfaat karena 402 peserta penilaian memahami dan percaya akan informasi yang dia berikan berdasarkan pemahaman mereka tentang tema debat. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Menurut tabel 4.7, pertanyaan pertama dari variabel X, yang berbunyi, "Saya menilai latar belakang ketiga narasumber dari kubu paslon sebagai politikus sekaligus publik figure, merupakan jaminan terkait asas keberimbangan dalam Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5, menunjukkan bahwa 240 orang, atau 59,7% dari jumlah responden, memilih sangat setuju, 158 orang, atau 39,3%, memilih setuju, dan 4 orang, atau 1%, memilih tidak setuju. Pertanyaan ini berkaitan dengan ide tentang efektifitas tayangan pada

dimensi sumber pesan yang berkaitan dengan kredibilitas host dan narasumber. Dilihat dari jumlah peserta yang menyatakan persetujuan dan kesepakatan kuat yang berkaitan dengan penyelidikan ini berbeda dengan jumlah peserta yang menyatakan ketidaksetujuan., hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merasa latar belakang narasumber dari ketiga kubu paslon, Teguh Juarno, Fadli Zon, dan Adian Napitupulu, dapat menjamin pengetahuan yang adil dalam menyampaikan argumen dan gagasan. Ketiga narasumber tersebut juga berfungsi sebagai politikus dan publik figur, yang dapat diprofilkan oleh masyarakat melalui berbagai media karena mereka lebih 40 dikenal oleh masyarakat karena ketertarikan mereka yang lebih besar pada dunia politik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa latar belakang ketiga narasumber dari kubu paslon, yang juga merupakan publik figur dan politikus, dinilai oleh 402 peserta kuesioner. Ini memberikan jaminan tentang asas keberimbangan dalam Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Menurut tabel 4.8, pertanyaan pertama yang diberikan oleh variabel X, "Saya menilai Najwa Shihab menampilkan dirinya secara menarik dan profesional selama memandu Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 , menunjukkan bahwa 233 orang, atau 58% dari peserta, 167 orang, yang merupakan mayoritas besar, memilih mendukung proposal tersebut. Selain itu, 41,5% peserta, atau 167 orang, menyatakan setuju. Di sisi lain, minoritas kecil dari 2 individu, mewakili 0,5% dari total pemilih, menyuarakan ketidaksetujuan mereka. Pertanyaan ini berkaitan dengan ide tentang efektifitas tayangan pada dimensi sumber pesan yang berkaitan dengan kredibilitas host dan narasumber. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah peserta yang menyatakan persetujuan dan kesepakatan yang kuat mengenai topik pertanyaan ini menunjukkan bahwa tampilan visual Najwa saat memandu acara debat terlihat profesional dan menarik karena tatanan busana dan aksesoris yang digunakan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Najwa Shihab membuat audiens nyaman dan tertarik untuk menonton Talkshow Mata

Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 karena dia menampilkan dirinya secara menarik dan profesional. Ini ditunjukkan oleh 402 orang yang mengisi survei. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya percaya narasumber dari ketiga kubu paslon merupakan perwakilan yang memahami tema debat dan program yang ditawarkan oleh kubu masing-masing", ditemukan dalam tabel 4.9. Temuan menunjukkan bahwa 277 individu, yang merupakan 68,9% dari sampel, menyatakan persetujuan yang kuat, sementara 122 individu, terhitung 30,3%, menyampaikan persetujuan, dan proporsi kecil 3 individu, setara dengan 0,7%, menyatakan ketidaksetujuan. Pertanyaan ini berkaitan dengan ide tentang efektifitas tayangan pada dimensi sumber pesan yang berkaitan dengan kredibilitas host dan narasumber. Ini menunjukkan bahwa orang-orang dari masyarakat Indonesia percaya bahwa narasumber dari paslon telah memahami topik debat ronde 5 tentang kesejahteraan sosial, kebudayaan, pendidikan, TI, kesehatan, ketenagakerjaan, SDM, dan inklusi. Selain itu, narasumber memahami visi dan misi program yang dipilih oleh setiap kubu, sehingga mereka dapat memberikan informasi politik yang jelas dan memahami 41 maksud dan tujuan program tersebut. Ini ditunjukkan oleh jumlah peserta yang setuju dan sangat setuju dengan pertanyaan ini dibandingkan dengan jumlah peserta yang tidak setuju. Kesimpulannya, dari 402 peserta yang mengisi kuesioner, dapat disimpulkan bahwa narasumber dari ketiga kubu paslon adalah perwakilan yang memahami tema debat dan program yang ditawarkan oleh masing-masing kubu dalam Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya menilai ketiga narasumber sebagai perwakilan ketiga kubu paslon dapat turut menjaga suasana diskusi agar percakapan lebih terarah", ditemukan dalam tabel 4.10. Hasil menunjukkan bahwa 272 orang, atau 67,7% dari peserta, sangat setuju, 127 orang, atau 31,6%, setuju, dan tiga orang, atau

0,7%, tidak setuju. Pertanyaan ini berkaitan dengan ide tentang efektifitas tayangan pada dimensi sumber pesan yang berkaitan dengan kredibilitas host dan narasumber. Ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia percaya bahwa ketiga narasumber—Teguh Juarno, Fadli Zon, dan Adian Napitupulu—berkolaborasi dan tidak emosional dalam menyampaikan argumen dan debat, sehingga diskusi tidak terputus, efektif, dan kondusif. Temuan menunjukkan bahwa jumlah peserta yang lebih tinggi menyatakan persetujuan atau kesepakatan yang kuat dibandingkan dengan mereka yang menyatakan ketidaksetujuan. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa di antara 402 individu yang berpartisipasi dalam survei, ketiga sumber dipertimbangkan, yang merupakan perwakilan dari tiga belah pihak yang bersaing dalam pemilihan, memiliki kemampuan untuk mempertahankan suasana diskusi dan mendorong lebih banyak diskusi dalam Talkshow Debat Capres Ronde 5.

4.2.4. Analisis Deskripsi Dimensi Eksekusi Pesan Data

menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Menurut tabel 4.11, pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya menilai konsep talkshow pada tayangan Debat Capres Ronde 5 Mata Najwa Nobar merupakan terobosan menarik dalam menyajikan tayangan politik yang cenderung serius, dan 323 orang, atau 80,3% dari peserta, memilih sangat setuju. Pertanyaan ini berkaitan dengan gagasan bahwa acara talkshow efektif dalam hal eksekusi pesannya. Ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merasa bahwa ide di balik Nobar Debat Capres adalah acara yang membahas politik secara informal. Beberapa wawancara atau acara politik biasanya penuh dengan formalitas yang kuat, membuat beberapa anak muda yang ingin tahu menjadi tidak tertarik dan cenderung membosankan untuk ditonton. Ini karena responden hanya setuju dan sangat setuju dengan topik pertanyaan, tanpa ada yang tidak setuju atau sangat tidak setuju. 42 Selain itu, penemuan ini menarik bagi penelitian ini karena menunjukkan kebaruan sebagai tayangan debat politik yang menggabungkan konsep informal dan menarik bagi audiens. Dengan demikian, konsep talkshow di Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5, yang

dinilai oleh 402 orang yang mengisi survei, dianggap sebagai terobosan menarik dalam menampilkan program politik yang cenderung serius. Informasi menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Menurut tabel 4.12, pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya menilai format program talkshow membantu saya untuk memperoleh informasi yang saya butuhkan seputar pilpres , ditentukan bahwa 233 individu, mewakili 58% dari peserta, menyatakan dukungan yang kuat, sementara 169 individu, terhitung 42%, menyatakan dukungan. Pertanyaan ini berkaitan dengan gagasan tentang efektifitas tayangan dalam hal dimensi eksekusi pesan talkshow. Ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merasa bahwa format talkshow dapat membantu mereka memahami lebih banyak tentang pemilihan presiden 2024. Selama talkshow yang cukup panjang dengan waktu istirahat untuk iklan, informasi disampaikan dengan lebih mudah dan lebih lambat untuk didengarkan dan diterima, karena responden setuju dan sangat setuju dengan topik pertanyaan, tanpa ada yang tidak setuju atau sangat tidak setuju. Tayangan Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Pilpres memiliki keunggulan ini karena terbukti menarik dan berhasil menyampaikan informasi politik yang penting bagi masyarakat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa melalui penilaian format program talkshow oleh 402 peserta yang mengisi kuesioner, responden dapat memperoleh informasi yang diperlukan tentang pemilihan presiden 2024 di Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Banyak orang yang menjawab pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya merasa tidak cepat bosan menonton tayangan debat politik berbentuk talkshow interaktif sekalipun durasinya panjang , 239 orang, atau 59,5% dari peserta, sangat setuju, 162 orang, atau 40,3%, setuju, dan satu orang, atau 0,2 %, tidak setuju. Pertanyaan ini berkaitan dengan gagasan bahwa talkshow efektif dalam hal eksekusi pesan. Ini menyiratkan bahwa individu di Indonesia memiliki keyakinan bahwa diskusi politik biasanya dilakukan secara formal, jika

dikemas dengan ide-ide interaktif dan menarik, tidak akan membuat audiens bosan. Talkshow interaktif dapat dibuat dengan cara berbicara dan mengatur rundown dengan istirahat dan candaan. Hal ini ditunjukkan oleh jumlah peserta yang memilih untuk menyatakan persetujuan dan 43 kesepakatan yang kuat terhadap item pertanyaan khusus ini berbeda dengan jumlah peserta yang memilih untuk menyatakan ketidaksetujuan. Karena durasinya yang panjang dan daya menonton yang terbatas, sedikit audiens yang bosan menontonnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa 402 orang yang menjawab survei tidak merasa bosan dengan menonton talkshow interaktif debat politik, meskipun acaranya cukup lama, seperti Debat Capres Ronde 5 Talkshow Mata Najwa Nobar. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Menurut tabel 4.14, pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya merasa mudah untuk mengakses tayangan live streaming Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5", 236 orang, yang merupakan 58,7% dari total peserta, menyatakan persetujuan yang luar biasa melalui suara mereka, sementara 166 individu, mewakili 41,3%, memberikan suara mendukung. Pertanyaan ini berkaitan dengan ide tentang efektifitas tayangan berdasarkan aspek eksekusi pesan dalam hal streaming live. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia dapat mengakses live streaming Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5. Dengan melakukan promosi luas untuk Najwa Shihab melalui berbagai platform media sosial, audiens dapat mengetahui informasi tentang penayangan acara tersebut. Hanya dengan mencari profil Najwa Shihab di YouTube dan mengakses langsung tayangan, responden setuju dan sangat setuju dengan topik pertanyaan, tanpa ada yang tidak setuju atau sangat tidak setuju. Jadi, dari 402 orang yang menjawab survei, mereka menilai bahwa menonton tayangan live streaming Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 mudah. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Menurut tabel 4.15, pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya senang dengan kualitas audio dan visual yang baik selama live

streaming Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 , 282 individu, yang merupakan 70,1% responden, menyatakan kecenderungan kuat terhadap kesepakatan. Selain itu, 119 individu, terhitung 29,6% dari peserta, menunjukkan dukungan mereka. Terakhir, satu individu, mewakili hanya 0,2%, menyatakan pendapat yang berbeda. Pertanyaan ini berkaitan dengan ide tentang efektifitas tayangan berdasarkan aspek eksekusi pesan dalam hal streaming live. Hal ini menunjukkan bahwa audiens, yang terdiri dari masyarakat Indonesia, merasa kualitas audio dan visual acara baik dan tidak ada kendala teknis selama penyiaran berlangsung. Selain itu, tayangan beresolusi HD dikombinasikan dengan penggunaan berbagai teknologi untuk meningkatkan tampilan acara agar terlihat profesional, sehingga audiens merasa nyaman saat 44 menonton. Ini ditunjukkan oleh jumlah responden yang memilih untuk setuju dan sangat setuju dengan item pertanyaan ini dibandingkan dengan jumlah responden yang memilih untuk tidak setuju. Karena live streaming Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 berlangsung dengan baik, dapat disimpulkan bahwa kualitas audio dan visual sangat disukai oleh 402 peserta survei. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Menurut tabel 4.16, pertanyaan pertama yang diberikan oleh variabel X, "Saya merasa tayangan dengan sistem live streaming membantu saya memperoleh informasi terkini tentang pilpres . Data yang disajikan menunjukkan bahwa 283 individu, terhitung 70,4% dari sampel, menyatakan persetujuan yang kuat, sementara 119 individu, yang merupakan 29,6% dari peserta, menunjukkan persetujuan mereka. Pertanyaan ini berkaitan dengan ide tentang efektifitas tayangan berdasarkan aspek eksekusi pesan dalam hal streaming live. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merasa bahwa menonton acara TV secara langsung dapat membantu menyebarkan berita atau informasi secara instan, sehingga berita yang mereka terima memiliki nilai aktual dan terkini. Saat ini, masyarakat sangat membutuhkan informasi tentang pemilihan presiden 2024; oleh karena itu, menyampaikan berita secara langsung dan tepat waktu dapat membantu

masyarakat mendapatkan informasi dengan banyak keuntungan. Fakta ini disorot oleh jumlah peserta yang memilih kesepakatan dan kesepakatan yang kuat, sementara tidak ada responden yang memilih untuk menyatakan ketidaksetujuan dengan penyelidikan khusus ini. Oleh karena itu, orang dapat menyimpulkan bahwa menggunakan platform streaming langsung untuk menyaksikan debat Capres Ronde 5 Talkshow Mata Najwa Nobar membantu 402 peserta kuesioner mendapatkan informasi terbaru tentang pemilihan presiden 2024. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Menurut tabel 4.17, pertanyaan pertama dari variabel X, yang berbunyi, "Saya menilai penayangan Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 secara live streaming dengan kolom komentar yang aktif, memungkinkan saya untuk berargumentasi dengan audiens lainnya secara online , sebanyak 273 orang, atau 67,9% dari total responden, memilih sangat setuju, 126 orang, atau 31,3%, memilih setuju, dan 3 orang, atau 0,7%, memilih sangat tidak setuju. Pertanyaan ini berkaitan dengan ide tentang efektifitas tayangan berdasarkan aspek eksekusi pesan dalam hal streaming live. Ini menunjukkan bahwa orang-orang dari masyarakat Indonesia merasa dapat mendapatkan informasi secara langsung dengan menonton tayangan Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 dan memiliki kesempatan untuk berbicara dengan orang lain dalam fitur komentar yang aktif. karena 45 komentar dapat memberikan informasi baru yang mungkin menambah wawasan atau informasi yang belum disampaikan dalam debat. Sangat memungkinkan untuk melakukan diskusi antara pembicara dan penonton dengan menggunakan gagasan seperti ini. Walaupun ada beberapa orang yang tidak setuju, acara talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres ini membantu audiens lebih dekat. Fenomena ini digambarkan oleh jumlah peserta yang menyatakan persetujuan dan kesepakatan yang kuat terhadap pertanyaan spesifik ini berbeda dengan jumlah peserta yang sangat menyatakan ketidaksetujuan. Kesimpulannya, 402 orang yang mengisi kuesioner menonton Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 secara live streaming dengan kolom komentar yang aktif, yang memungkinkan audiens

untuk berdebat secara online dengan orang lain. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Menurut tabel 4.18, pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya senang dengan tayangan Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 yang dikemas secara informal sehingga memungkinkan perbincangan yang cair dan mengalir , ditentukan bahwa 320 individu, mewakili 79,6% responden, menyatakan dukungan yang kuat, sementara 81 individu, terhitung 20,1%, memberikan suara mendukung, dan satu individu, setara dengan 0,2%, menyatakan ketidaksetujuan. Pertanyaan ini terkait dengan ide tentang efektifitas tayangan dalam konteks interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa penonton dari masyarakat Indonesia merasa debat unik karena dikemas dengan elemen informal dan komedi, sehingga penonton tidak bosan dan pembicaraan bergerak ke topik yang lebih halus. Ini ditunjukkan oleh frekuensi peserta memilih kesepakatan atau kesepakatan yang kuat dalam menanggapi pertanyaan khusus ini, berbeda dengan mereka yang memilih ketidaksepakatan. Dengan demikian, tayangan Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5, yang dikemas secara informal sehingga memungkinkan diskusi yang lancar, disukai oleh 402 peserta kuesioner. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Menurut tabel 4.19, pertanyaan pertama dari variabel X, yang berbunyi, "Saya senang dengan tayangan Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 yang menyertakan audiens generasi muda dalam diskusi dengan tiga narasumber dari ketiga kubu paslon , sebanyak 244 pemilih, atau 60,7%, memilih sangat setuju, 157 pemilih, atau 39,1%, memilih setuju, dan satu pemilih, atau 0,2%, memilih tidak setuju. Pertanyaan ini terkait dengan ide tentang efektifitas tayangan dalam konteks interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merasa gagasan untuk 46 mengundang Generasi Z untuk berpartisipasi dalam debat adalah ide yang bagus untuk diterapkan untuk generasi mendatang untuk belajar lebih banyak tentang politik dan mulai mengasah pengetahuan mereka tentang politikHal ini ditunjukkan oleh proporsi peserta survei yang memilih untuk

menegaskan dan dengan kuat menegaskan item pertanyaan khusus ini dibandingkan dengan mereka yang memilih untuk tidak setuju. Dengan demikian, tayangan Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5, yang melibatkan tiga pembicara dari masing-masing kubu kampanye, menarik perhatian 402 peserta yang mengisi survei. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya merasa tata panggung pada tayangan Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 menarik dan memungkinkan keterlibatan audiens yang hadir dapat aktif dalam diskusi . Seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.20, kolektif 288 individu, yang merupakan 71,6 persen dari peserta, menyatakan dukungan kuat untuk proposal tersebut. Selain itu, 111 orang, terhitung 27,6 persen, memberikan suara mendukung, sementara 3 individu, mewakili 0,7 persen, menyatakan perbedaan pendapat. Pertanyaan ini terkait dengan ide tentang efektifitas tayangan dalam konteks interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa audiens yang terdiri dari masyarakat Indonesia merasa tata panggung secara visual menarik dan cukup unik dengan meletakkan anak- anak muda di sekeliling panggung dan memungkinkan mereka untuk menyimpulkan dan bertanya lebih lanjut kepada tiga narasumber dari ketiga kubu paslon, yang memungkinkan audiens muda untuk melihat lebih banyak koneksi dan interaksi. Jumlah peserta yang menyatakan ketidaksetujuan dengan pertanyaan khusus ini kurang dari jumlah peserta yang menunjukkan persetujuan dan kesepakatan yang kuat. Kesimpulannya, tata panggung Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 menarik dan memungkinkan audiens untuk berpartisipasi secara aktif dalam diskusi. Data menunjukkan bahwa setiap pertanyaan terdiri dari pernyataan mulai dari kesepakatan yang kuat hingga ketidaksepakatan yang kuat. Sebanyak 246 orang yang menjawab pertanyaan pertama dari variabel X, "Saya ingin mengetahui lebih banyak tentang ketiga kandidat capres dan programnya setelah menyaksikan Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 , dan 156 orang, atau 38,8% dari jumlah responden, memilih untuk setuju, menurut tabel 4.21. Pertanyaan ini

terkait dengan ide tentang efektifitas tayangan dalam konteks interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang menyaksikan debat noar ini dapat berkontribusi pada pembentukan budaya literasi politik dalam diri mereka sendiri. Mereka dapat memulainya dengan mencari tahu lebih banyak tentang informasi yang ditawarkan oleh para paslon dan diminta untuk berpartisipasi secara aktif untuk membuat keputusan sendiri tentang apa yang mereka pilih dalam pemilu 2024. Hal ini ditunjukkan oleh jumlah peserta yang memilih untuk menyatakan persetujuan dan persetujuan yang kuat dengan item pertanyaan khusus ini berbeda dengan jumlah peserta yang memilih untuk menyatakan ketidaksetujuan. Jadi, setelah menonton Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5, 402 orang yang menjawab ingin tahu lebih banyak tentang ketiga kandidat capres dan programnya.

4.3. Hasil dan Pembahasan 1. Efektifitas Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Episode 5 pada Generasi Z berdasarkan Teori Cognitive Response Model

Teori Cognitive Response Model (CRM) yang diperkenalkan oleh dengan menguraikan bagaimana audiens memproses pesan yang disampaikan melalui media, menilai pesan tersebut, dan akhirnya menentukan sikap serta tindakan mereka. Dalam konteks tayangan talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5, CRM membantu memahami bagaimana pesan-pesan politik dipersepsi dan diproses oleh audiens, khususnya Generasi Z. Penelitian ini mengevaluasi efektifitas talkshow ini dalam menyampaikan pesan politik melalui tiga dimensi utama: isi pesan, sumber pesan, dan eksekusi pesan:

- Isi Pesan Konsep isi pesan dalam debat capres mencakup bagaimana perasaan audiens setelah kandidat memberikan informasi. Topik seperti kesejahteraan sosial, budaya, pendidikan, teknologi, informasi, kesehatan, pekerjaan, sumber daya manusia, dan inklusi adalah topik-topik penting dalam Nobar Debat Capres Ronde 5 yang dapat memengaruhi sikap dan emosi penonton. Perhitungan analisis berdasarkan data rata-rata penelitian ini menunjukkan bahwa tiga pertanyaan dalam dimensi isi pesan menerima nilai rata-rata sangat baik, yang menghasilkan total 3,604. Data dari setiap pertanyaan didominasi dengan jumlah pilihan yang sangat setuju oleh

responden setelah diproses menggunakan SPSS. Dengan demikian, responden yang memiliki pemahaman yang sama dan menyukai isi pesan adalah yang paling banyak. Nilai data dapat tergolong dan dianggap sebagai respon positif, seperti dukungan dan penerimaan, atau support arguments, jika digunakan teori Cognitive Response Model. Karena isi pesan acara memiliki tujuan yang jelas dan memenuhi literasi politik audiens, jawaban pertanyaan dari dimensi isi pesan ini didominasi oleh jawaban yang setuju dengan pertanyaan. b. Sumber Pesan Najwa Shihab sebagai host memiliki reputasi yang sangat baik dalam dunia jurnalistik dan talkshow politik. Pengalaman dan keahliannya dalam mengelola diskusi membuat audiens lebih cenderung mempercayai informasi yang 48 (Perloff, 2020) disampaikan melalui program ini. Narasumber yang diundang dalam tayangan ini, seperti Teguh Juarno, Fadli Zon, dan Adian Napitupulu, adalah tokoh-tokoh yang dikenal dalam dunia politik. Kredibilitas mereka sebagai narasumber meningkatkan kepercayaan audiens terhadap informasi yang disampaikan selama debat. Kredibilitas host dan narasumber dinilai dari pengetahuan mereka tentang topik yang dibahas, pengalaman mereka di bidang politik, serta integritas dan kejujuran mereka dalam menyampaikan informasi. Najwa Shihab dan para narasumber berhasil memenuhi kriteria ini, sehingga meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan. Menurut perhitungan analisis berdasarkan data rata-rata penelitian ini, pada dimensi sumber pesan terdapat 6 buah pertanyaan dengan rata-rata yang dinilai sangat baik bertotal 3,645. Melalui olahan SPSS, data setiap pertanyaan didominasi dengan jumlah pilihan sangat setuju oleh para responden. Dengan ini responden yang memiliki pemahaman yang sama dan menyukai sumber pesan mendominasi. Sehingga dapat disimpulkan keterkaitannya dengan teori Cognitive Response Model adalah responden sebagai audiens dapat menilai Najwa Shihab dan para narasumber menjadi source bolster yang dapat memberikan pemikiran positif dan kepercayaan lebih akan informasi yang disampaikan. Source bolster yang dinilai oleh audiens mencakup kredibilitas dan daya tarik dari host dan pembicara. Sehingga dapat disimpulkan sumber pesan mengenai kredibilitas

pesan melalui host dan narasumber memiliki efektifitas yang tinggi terhadap para responden sebagai audiens dengan Generasi Z dan teori yang dijelaskan oleh Perloff (2020) dan Belch & Belch (2020) berlaku pada fenomena Nobar Debat Capres Ronde 5. c. Eksekusi Pesan Eksekusi pesan adalah proses menyampaikan pesan melalui media audio dan visual. Eksekusi yang baik dapat meningkatkan efektivitas dan daya tarik pesan. Dalam "Mata Najwa Nobar Debat Capres", tata panggung yang profesional, resolusi video yang tinggi, dan penggunaan grafis yang mendukung penjelasan narasumber menjadikan visualnya menarik (Perloff, 2020). Komponen-komponen ini meningkatkan daya tarik visual pesan dan membantu pembaca memahaminya dengan lebih baik. Penggunaan musik, suara latar, dan efek suara mendukung suasana diskusi dalam tayangan ini. Musik dan efek suara digunakan secara efektif untuk meningkatkan perhatian dan keterlibatan audiens. Kualitas video dan audio, interaktivitas program, dan fitur live streaming menilai eksekusi pesan talkshow ini. Audiens menikmati pengalaman menonton yang interaktif dan menarik melalui kolom komentar dan platform media sosial. Talkshow "Mata Najwa Nobar Debat Capres" terbukti efektif dalam menyampaikan pesan politik kepada audiens, khususnya generasi muda, berdasarkan analisis data yang ada dan teori Cognitive Response Model. Untuk mengevaluasi hal ini, perhitungan analisis data rata-rata dari penelitian ini 49 menunjukkan bahwa dimensi sumber pesan terdiri dari sebelas pertanyaan, masing-masing dengan nilai rata-rata sangat baik sebesar 3,668, dan responden yang memiliki pemahaman yang sama dan menyukai eksekusi pesan didominasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tayangan Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 memiliki tingkat kreatifitas yang tinggi dan memiliki cara yang unik untuk dibuat dan dikemas. Ini menunjukkan keterkaitannya dengan teori Cognitive Response Model. Sebaliknya, audiens menganggap kualitas audio dan visual sebagai faktor utama yang menentukan kenyamanan menonton, dan dengan peralatan yang memadai, audiens merasa tertarik dan lebih nyaman untuk terus menonton. Teori yang dijelaskan oleh Perloff (2020) dan Belch & Belch

(2020) berlaku untuk fenomena Nobar Debat Capres Ronde 5. Pesan yang dikirim melalui talkshow, live streaming, dan interaktif sangat efektif terhadap Generasi Z. 50 BAB V PENUTUP 5.1. Kesimpulan Setelah mengumpulkan, menguji, dan menganalisis data penelitian, beberapa kesimpulan dibuat, termasuk; Pertama, data analisis penelitian kuesioner diisi oleh berbagai responden. Berdasarkan 402 responden, rentang usia 22-27 tahun adalah yang paling banyak. Usia ini termasuk dalam Generasi Z, yang berarti mereka sudah matang atau dewasa. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa rentang usia 22-27 tahun memiliki minat yang cukup besar dalam literasi politik, salah satunya dengan menonton Talkshow Layar Tancap Mata Najwa Nobar Debat. Capres Ronde 5. ⁸ Selain itu, lebih banyak perempuan daripada laki-laki yang mengisi kuesioner, dan lebih banyak responden dari daerah di luar Jabodetabek daripada di Jabodetabek. Dibandingkan dengan kota-kota lainnya, sebagian besar penonton Talkshow Mata Najwa Nobar Debat Capres Ronde 5 berasal dari Bali, Jakarta Barat, dan Lampung. Kedua, pada penelitian ini yang dimaksud dengan isi pesan adalah pesan yang disampaikan pada tayangan Nobar Debat Capres Ronde 5. Melalui dimensi isi pesan, akan diturunkan menjadi indikator tema tayangan. Perhitungan analisis berdasarkan data rata-rata penelitian ini, pada dimensi isi pesan terdapat 3 buah pertanyaan dengan rata-rata yang dinilai sangat baik bertotal 3,604. Skema output penilaian penelitian ini akan berupa nilai dominan antara support arguments atau counter arguments. Melalui olahan SPSS, data setiap pertanyaan didominasi dengan jumlah pilihan sangat setuju oleh para responden. Dengan ini responden yang memiliki pemahaman yang sama dan menyukai isi pesan mendominasi. Hasil ini dapat digolongkan pada respon audiens berupa support arguments yang berupa keyakinan dan kepercayaan akan pesan yang diberikan. Ketiga, sumber pesan yang dimaksud pada penelitian ini adalah pesan yang disampaikan pada tayangan Nobar Debat Capres Ronde 5. Melalui dimensi sumber pesan, akan diturunkan menjadi indikator kredibilitas host dan narasumber. Menurut perhitungan analisis berdasarkan data rata-rata penelitian ini, pada dimensi

sumber pesan terdapat 6 buah pertanyaan dengan rata-rata yang dinilai sangat baik bertotal 3,645. Melalui olahan SPSS, data setiap pertanyaan didominasi dengan jumlah pilihan sangat setuju oleh para responden. Responden sebagai audiens dapat menilai Najwa Shihab dan para narasumber menjadi source bolster yang dapat memberikan pemikiran positif dan kepercayaan lebih akan informasi yang disampaikan. Hasil penilaian akan narasumber juga memiliki nilai yang tinggi, akan tetapi tidak lebih tinggi dari penilaian kredibilitas akan Najwa Shihab sebagai host. Dengan ini responden yang memiliki pemahaman yang sama dan menyukai sumber pesan mendominasi. Hasil ini dapat digolongkan pada respon audiens berupa anggapan akan Najwa Shihab yang dapat 51 mencari source bolster sebagai host berupa keyakinan dan kepercayaan akan sumber pesan yang diberikan. Keempat, eksekusi pesan yang dimaksud pada penelitian ini adalah bagaimana pesan disampaikan melalui audio dan visual. Berdasarkan perhitungan analisis data rata-rata penelitian ini, pada dimensi sumber pesan terdapat 11 buah pertanyaan dengan rata-rata yang dinilai sangat baik bertotal 3,668. Melalui olahan SPSS, data setiap pertanyaan didominasi dengan jumlah pilihan sangat setuju oleh para responden. Ketertarikan responden terfokus pada kreatifitas penyiaran tayangan Nobar Debat Capres Ronde 5 dan juga audio visual yang memadai dan memberikan kenyamanan bagi audiens yang menyaksikan. Dengan ini responden yang memiliki pemahaman yang sama dan menyukai eksekusi pesan mendominasi karena menarik. Hasil ini dapat digolongkan pada respon audiens berupa penerimaan dan terus menyaksikan dalam waktu lama karena adanya inovasi baru yang diberikan oleh tayangan. Sehingga eksekusi pesan mengenai talkshow , sistem live streaming , dan interaktif memiliki efektifitas yang tinggi terhadap para responden sebagai audiens dengan Generasi Z. Dengan demikian, Nobar Debat Ronde 5 Mata Najwa dapat disimpulkan efektif karena audiens menerima secara kognitif pesan dalam tayangan. 5.2. Saran Saran yang diberikan oleh peneliti kepada peserta penelitian atau untuk studi masa depan dikenal sebagai saran. Saran-saran yang diuraikan

REPORT #22194555

dalam penelitian dapat dikategorikan menjadi dua kelompok: bimbingan akademik dan bimbingan praktis, meliputi: 1. Saran Akademis: a. Penelitian ini dapat ditindaklanjuti dengan penelitian berikutnya berjenis kuantitatif dengan dua atau lebih variabel untuk melihat pengaruh tayangan pada target audiens b. Penelitian berikutnya dapat mencoba membidik populasi responden yang berbeda sehingga dapat diperoleh keragaman temuan data. 2. Saran Praktis: a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman bagi tim produksi Mata Najwa dan tim produksi program serupa tentang bagaimana audiens menilai isi tayangan, host, dan narasumber, serta bagaimana melaksanakan program acara bertema politik. b. Hasil penelitian ini dapat membuka wawasan masyarakat mengenai preferensi tayangan debat politik pada generasi muda di media televisi. 52 53



REPORT #22194555

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.56% idr.uin-antasari.ac.id https://idr.uin-antasari.ac.id/24683/7/BAB%20IV.pdf	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.2% teddykw2.wordpress.com https://teddykw2.wordpress.com/2012/04/07/pendekatan-respon-kognitif/	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.19% journal-nusantara.com https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/download/2976/2406/6014	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.15% narasi.tv https://narasi.tv/read/narasi-daily/cara-nobar-debat-capres-kelima-bersama-na...	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.14% akupunktursolo.files.wordpress.com https://akupunktursolo.files.wordpress.com/2013/03/data-teknik-pengumpulan...	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.12% eprints.iain-surakarta.ac.id https://eprints.iain-surakarta.ac.id/515/1/Full%20Text_171231017.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.11% jrf.dakwah.uinjambi.ac.id https://jrf.dakwah.uinjambi.ac.id/index.php/JRF/article/download/3/2	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.11% repository.unika.ac.id http://repository.unika.ac.id/23012/5/15.D1.0132%20Cinantya%20%20-%20BAB...	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.11% www.gramedia.com https://www.gramedia.com/literasi/kuesioner/	●



REPORT #22194555

INTERNET SOURCE		
10.	0.11% journal.scidacplus.com https://journal.scidacplus.com/index.php/sscij/article/download/7/4	●
INTERNET SOURCE		
11.	0.11% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1245/4/BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
12.	0.1% lintar.untar.ac.id https://lintar.untar.ac.id/repository/penelitian/buktipenelitian_10907006_2A172..	●
INTERNET SOURCE		
13.	0.09% scholarhub.ui.ac.id https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1215&context=jvi	●
INTERNET SOURCE		
14.	0.08% publication.petra.ac.id https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/download/10...	●
INTERNET SOURCE		
15.	0.08% repository.ummat.ac.id https://repository.ummat.ac.id/4559/1/COVER-BAB%20III.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
16.	0.08% repository.pnj.ac.id https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/14938/1/Halaman%20Isi_Nurifa%20Anand...	●
INTERNET SOURCE		
17.	0.08% repository.binawan.ac.id https://repository.binawan.ac.id/3303/1/Buku%20Ajar%20Metode%20Penelitian..	●
INTERNET SOURCE		
18.	0.07% e-journal.uajy.ac.id http://e-journal.uajy.ac.id/7832/2/KOM104002.pdf	●
INTERNET SOURCE		
19.	0.06% repository.ar-raniry.ac.id https://repository.ar-raniry.ac.id/18002/1/Suci%20Fajrina%2C%20170602116%2...	●
INTERNET SOURCE		
20.	0.06% eprints.ubhara.ac.id http://eprints.ubhara.ac.id/1563/1/SKRIPSI%20FINAL%20KELVIN.pdf	● ●



REPORT #22194555

INTERNET SOURCE		
21. 0.05%	umsb.ac.id https://umsb.ac.id/berita/index/1345-mengenal-generasi-baby-boomers-mileni...	●
INTERNET SOURCE		
22. 0.05%	repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/869/1/MISLIYAH-FD...	●
INTERNET SOURCE		
23. 0.04%	jea.ppj.unp.ac.id http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/article/download/186/142/	●
INTERNET SOURCE		
24. 0.04%	repository.umj.ac.id https://repository.umj.ac.id/12714/11/11.%20Bab%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
25. 0.04%	repository.unismabekasi.ac.id http://repository.unismabekasi.ac.id/1901/1/PENDAHULUAN.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
26. 0.04%	jimfeb.ub.ac.id https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/1724/1585	● ●
INTERNET SOURCE		
27. 0.03%	repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/33288/1/DEWI%20S...	●
INTERNET SOURCE		
28. 0.02%	lib.unnes.ac.id http://lib.unnes.ac.id/33715/1/2101412060__Optimized.pdf	●
INTERNET SOURCE		
29. 0.02%	lib-fisib.unpak.ac.id https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=335&bid=11500	●
INTERNET SOURCE		
30. 0.02%	repository.iainkudus.ac.id http://repository.iainkudus.ac.id/3136/5/5.%20%20BAB%20II_to.pdf	●