

---

## Pengaruh Terpaan Progam Acara Mata Najwa dan Kredibilitas Sumber Terhadap Minat Berpolitik Generasi Z

Muhammad Fauzi<sup>1\*</sup>, Nuryati Samatan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Univeristas Gunadarma, Jakarta, Indonesia

\*email: [fauzirege94@gmail.com](mailto:fauzirege94@gmail.com)

DOI: [10.31603/bcrev.5575](https://doi.org/10.31603/bcrev.5575)

---

### Abstrak

Mata najwa adalah sebuah program televisi berupa *talkshow* yang menyajikan perbincangan dengan tokoh-tokoh politik ternama terkait dengan isu politik yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara program acara mata najwa dan kredibilitas sumber terhadap minat berpolitik generasi z. Pendekatan pada penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Hasil dalam penelitian ini yaitu pada uji t didapatkan variable terpaan progam acara mata najwa terhadap minat berpolitik memperoleh nilai t hitung  $>$  t table ( $2,976 > 1,661$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,004 < (0,05)$ ) artinya terdapat pengaruh parsial antara terpaan program acara mata najwa dengan minat berpolitik, kemudian uji t pada variable kredibilitas sumber terhadap minat berpolitik diperoleh nilai t hitung  $>$  t table ( $6,218 > 1,661$ ) dengan signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ) artinya terdapat pengaruh parsial antara kredibilitas sumber terhadap minat berpolitik. Pada uji F diperoleh nilai F hitung  $>$  F table ( $49,979 > 3,09$ ) artinya terpaan program acara mata najwa dan kredibilitas sumber secara simultan mempengaruhi minat berpolitik. Dengan hasil penelitian diperoleh R square 0,515 artinya 51,5% minat berpolitik dipengaruhi terpaan program acara mata najwa dan kredibilitas sumber, sedangkan sisanya 48,5% dipengaruhi oleh varibel lain di luar penelitian.

**Kata-Kata Kunci:** Mata Najwa; Terpaan Program; Kredibilitas Sumber; Minat Berpolitik

## *The Effect of Exposure to the Mata Najwa Program and Source Credibility on Generation Z Political Interest*

### Abstract

*Mata najwa is a television program in the form of a talk show that presents conversations with well-known political figures related to political issues that are currently being discussed in the community. This study aims to determine whether there is an influence between the Mata najwa program and source credibility on the political interest of generation z. The approach in this study is a quantitative approach with a survey method. The results in this study, namely the t-test, the variable exposure to the mata najwa program on political interest obtained a t count  $>$  t table ( $2.976 > 1.661$ ) with a significance value ( $0.004 < (0.05)$ ) meaning that there was a partial influence between program exposure. Mata najwa with political interest, then the t-test on the source credibility*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

variable on political interest obtained the  $t$ -count  $>$   $t$ -table ( $6.218 > 1.661$ ) with a significance ( $0.000 < 0.05$ ) meaning that there is a partial influence between source credibility and political interest. In the  $F$  test, the value of  $F$  count  $>$   $F$  table ( $49.979 > 3.09$ ) means that exposure to the mata Najwa program and source credibility simultaneously affect political interest. With the research results obtained  $R$  square 0.515 means that 51.5% of political interest is influenced by exposure to the mata najwa program and source credibility, while the remaining 48.5% is influenced by other variables outside the study.

**Keywords:** Mata najwa; Exposure Program; Source Credibility; Political Interest

## 1. Pendahuluan

Komunikasi massa yaitu bagaimana seseorang atau sebuah kelompok memproduksi sebuah pesan dan menyebarkannya melalui media massa, pesan yang disampaikan para komunikator lewat media massa dapat menjangkau seluruh komunikan di seluruh dunia dan dengan latar belakang yang berbeda pula. Media massa mudah diakses di mana saja dan kapan saja oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi baik itu media massa seperti surat kabar, radio, film, dan televisi. Salah satu media massa yang dapat dijangkau dan yang sering digunakan masyarakat yaitu media elektronik televisi.

Terpaan dari televisi sebagai salah satu media massa memiliki dampak yang kuat dalam menyampaikan sebuah informasi dan membentuk opini dalam masyarakat. Menurut [Ardianto dan Erdinaya \(2005\)](#), terpaan diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Kemajuan teknologi media pertelevisian ini berkembang sangat pesat di Indonesia hal ini dapat dilihat dari banyaknya stasiun televisi lokal, televisi swasta, televisi kabel dan televisi komunitas yang mengudara. Televisi muncul dengan berbagai program acara di dalamnya seperti film, kuis, sinetron, berita, *reality show* dan lain-lain.

Program acara *talkshow* dapat menyampaikan berita secara menarik dan mengundang minat banyak orang untuk menonton karena didatangkannya langsung narasumber ahli untuk berdiskusi mengenai suatu permasalahan yang terjadi di dalam masyarakat. Dengan program *talkshow* sebuah kasus atau isu yang ada dapat dibahas secara mendalam antara satu narasumber dengan narasumber lainnya, sehingga masyarakat mendapatkan informasi lebih luas, terperinci dan detail yang dapat menimbulkan pemikiran yang kritis bagi masyarakat terhadap isu yang ada.

Salah satu program *talkshow* program acara mata najwa adalah program *talkshow* yang menginspirasi adalah mata najwa. Program *talkshow* ini menyajikan tema yang beragam mencakup aspek kehidupan, politik, dan isu terkini di setiap tayangannya. Program ini ditayangkan setiap rabu pukul 20.00 WIB di Trans7. Host dari program ini adalah Najwa Shihab dengan gaya berkomunikasi yang lugas, berwawasan luas dan menarik perhatian masyarakat dengan pemikirannya yang kritis. Najwa Shihab juga menduduki peringkat nomer satu wanita paling dikagumi di Indonesia dilansir dari [id.yougov.com](http://id.yougov.com) pada tahun 2020 yang menggeser Susi Pudjiastuti yang sebelumnya menduduki urutan pertama menjadi urutan kedua. Menurut survei yang dilakukan Lembaga Survei Cyrus Network

pada tanggal 24-30 Januari 2020 didapati bahwa penonton mata najwa melampaui penonton program Indonesia Lawyers Club (ILC) di TVOne yang dilansir di [tirto.id](http://tirto.id). Survei ini memperoleh dua program acara *talkshow* tertinggi yaitu Mata najwa dan ILC yang mengalahkan program *talkshow* politik lainnya. Hal tersebut yang membuat peneliti tertarik memilih program acara mata najwa untuk diteliti.

Berdasarkan penelitian yang dikemukakan oleh [Dea Anugrah \(2017\)](#), generasi Z terdiri dari para individu yang lahir mulai dari tahun 1996 hingga 2010 yang artinya para individu tersebut saat ini berumur 10 sampai 24 tahun, yang mana generasi ini asyik dengan teknologinya yang membuat mereka dengan mudah memperoleh informasi dari media manapun, kapanpun dan dimanapun. Pemilihan generasi Z pada penelitian ini karena berbagai kajian demografi menyatakan bahwa generasi Z cenderung menghargai keberagaman, ingin menjadi agen perubahan, berorientasi pada target, dan senang berbagi ([Dea Anugrah, 2017](#)). Menurut Pew Research juga menyatakan 45% remaja atau generasi Z selalu online setiap hari, hampir dua kali lipat dari generasi sebelumnya (milenial). Dengan batuan media yang tersedia seharusnya para generasi Z lebih aktif dan selektif dengan berbagai macam informasi yang ada tidak hanya dalam pemilihan umum saja mereka ikut andil dalam perpolitikan Indonesia, mereka juga dituntut untuk memberikan partisipasinya pada kejadian-kejadian tertentu yang nantinya akan berdampak pada sistem politik di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) “Apakah terdapat pengaruh terpaan program acara mata najwa terhadap minat berpolitik generasi Z?”; (2) “Apakah terdapat pengaruh kredibilitas sumber terhadap minat berpolitik generasi Z?”; (3) “Apakah terpaan program acara Mata najwa dan kredibilitas sumber secara simultan berpengaruh terhadap minat berpolitik generasi Z?”.

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*, teori ini menjelaskan bagaimana orang-orang menggunakan media massa dan mereka menerima ganjaran melalui terpaan itu. Teori ini menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak ([Samatan, 2018](#)). *Uses and Gratification* beranggapan bahwa khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek dari media itu sendiri akan timbul jika situasi kebutuhan itu terpenuhi.

## 2. Metode

Adapun [Sugiyono \(2017\)](#) menjelaskan pengertian objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu). Objek penelitian yang peneliti dalam penelitian ini adalah terpaan program acara Mata najwa (X1) dan kredibilitas sumber (X2) sedangkan untuk subjek penelitian yaitu generasi Z yang menonton program acara mata najwa yang khususnya berusia 17-24 tahun. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Gunadarma Bekasi. Berdasarkan penelitian sebelumnya mengapa memilih mahasiswa Gunadarma Bekasi dikarenakan mahasiswa Gunadarma dinilai relevan untuk dijadikan subjek, dikarenakan mahasiswa Gunadarma Fakultas Ilmu

Komunikasi Bekasi cenderung aktif dalam perpolitikan yang terjadi di Indonesia, dan juga menonton program acara mata najwa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif, karena berawal dari sebuah teori. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Paradigma penelitian yang digunakan sesuai dengan metode penelitian kuantitatif, yaitu paradigma positivistik. Populasi penelitian ini adalah generasi z yaitu mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Gunadarma angkatan 2017 Bekasi yang menonton program acara mata najwa. Sedangkan sampel adalah bagian dari terseleksiya populasi yang menjadi subjek penelitian. Sampel adalah wakil semua unit strata dan sebagainya yang ada di dalam populasi (Bungin, 2001) maka digunakan rumus slovin untuk memperoleh sampel yang diperlukan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan uji regresi linear berganda. Uji asumsi klasik dilakukan sebagai syarat dari uji regresi linear berganda. Pada penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan yaitu, uji normalitas, uji multiokolonieritas, dan uji heteroskedastistas. Uji normalitas dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian multikolinearitas untuk mengetahui terjadi atau tidaknya hubungan yang linear antar variabel independen. Uji heteroskedastisitas berguna untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui hasil pengambilan keputusan pada hipotesis yang telah dibuat. Pada penelitian ini pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji T dan uji F.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Pada pengujian validitas secara umum adalah untuk mengetahui apakah kuesioner penelitian yang akan digunakan dapat benar-benar valid dan dapat mengukur sebuah variabel yang akan diteliti. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 orang terlebih dan diperoleh hasil  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel,  $r$  tabel dalam penelitian ini 0,05% jika dilihat di  $r$  tabel maka  $r$  tabelnya 0,361. Kuesioner memperoleh nilai  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel, artinya kuesioner dinyatakan valid dan bisa disebar luaskan pada seluruh sampel.

Pada pengujian reliabilitas digunakan rumus alpha cronbach menurut Sugiyono (2015) kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan reliabel atau tidaknya bila  $r > 0,6$  maka item tersebut reliabel, sebaliknya jika  $r < 0,6$  maka item tidak reliabel. Pada penelitian ini, nilai  $r$  yang diperoleh untuk variabel X1 sebesar 0.853, variabel X2 sebesar 0.840, dan untuk variabel Y sebesar 0.867. Ketiga variabel ini mendapat nilai  $r > 0,6$ . Sehingga instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

Pada pengujian asumsi klasik penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multiokolonieritas, dan uji heteroskedastistas. Uji normalitas merupakan salah satu bagian yang harus dilakukan sebelum

analisis regresi. Sebuah data dinyatakan terdistribusi secara normal apabila nilai signifikansinya  $> 0.05$ . Berdasarkan data yang diperoleh, nilai signifikansi yang diperoleh adalah  $0.200 > 0.05$  sehingga data penelitian ini berdistribusi secara normal. Pada uji multikolinieritas pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui terjadi atau tidak terjadinya hubungan yang linier antar variabel independen. Apabila nilai tolerance  $> 0.10$  dan nilai VIF  $< 10$  maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel terpaan program acara Mata najwa (X1) dan kredibilitas sumber (X2) memiliki nilai tolerance  $0.691 > 0.10$  dan nilai VIF  $1.447 < 10$ . Pada uji heteroskedestisitas diperoleh tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen maka dilakukan uji regresi linear berganda. Hasil dari uji regresi linear berganda yaitu didapatkan nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 8,073 artinya jika nilai variabel bebas (independen) sama dengan nol, maka nilai variabel terikat (dependent) akan mengalami peningkatan sebesar 8,073. Koefisien variabel regresi terpaan program acara Mata najwa (X1) sebesar 0.286 artinya jika variabel terpaan program acara mata najwa meningkat 1% maka minat berpolitik meningkat sebesar 0,286 (28,6%). Koefisien regresi variabel kredibilitas sumber (X2) sebesar 0.415 artinya jika variabel kredibilitas sumber meningkat sebesar 1% maka minat berpolitik meningkat sebesar 0,415 (41,5%).

Pada uji koefisien determinasi R square di peroleh nilai 0,51 Hal ini dapat diartikan bahwa besarnya persentase nilai variabel independen (terpaan program acara mata najwa) dan (kredibilitas sumber) untuk menjelaskan variabel dependen (minat berpolitik) sebesar 51,5%. Semakin besar nilai R square, maka semakin besar pula variabel independen untuk mempengaruhi variabel dependen. Jadi sebesar 51,5% terpaan program acara mata najwa dan kredibilitas sumber mampu mempengaruhi minat berpolitik, dan 48,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai R memperoleh angka 0.718 yang berarti terdapat hubungan searah yang kuat antara ketiga variabel.

Pada Tabel 1. hasil uji T pada variabel terpaan program acara Mata najwa (X1) terhadap kredibilitas sumber (Y) menunjukkan nilai T hitung sebesar 2.976 dan nilai Sig. sebesar 0,004. Hal ini menunjukkan bahwa nilai T hitung ( $2.976 > T$  tabel (1.661) dan nilai Sig. ( $0,004 < 0,05$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan “terdapat pengaruh terpaan program acara mata najwa terhadap minat berpolitik” diterima.

**Tabel 1.** Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.073	3.596		2.245	.027
	TOTAL_X1	.286	.096	.257	2.976	.004
	TOTAL_X2	.415	.066	.542	6.281	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber: Hasil SPSS 25 oleh Peneliti

Selanjutnya pada tabel 1, hasil uji T pada variabel kredibilitas sumber (X2) terhadap minat berpolitik (Y) menunjukkan nilai T hitung sebesar 6.281 dan nilai Sig. sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai T hitung ( $6.281 > T \text{ tabel } (1.661)$ ) dan nilai Sig. ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “terdapat pengaruh kredibilitas sumber terhadap minat berpolitik” diterima. Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel independent dengan variabel dependent. Hasil pada uji F dapat dilihat di Tabel 2. berikut:

**Tabel 2.** Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	634.146	2	317.073	49.979	.000 <sup>b</sup>
	Residual	596.348	94	6.344		
	Total	1230.495	96			

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

Sumber: Hasil SPSS 25 oleh Peneliti

Berdasarkan tabel 2, F hitungnya yaitu 49,979 dengan nilai signifikansi yaitu 0.000 sedangkan F tabel (0,05) adalah 3,09. Jadi F hitung  $>$  F tabel yaitu  $49,979 > 3,09$  hal ini menunjukkan terjadi pengaruh secara simultan antara variabel terpaan program acara mata najwa dan kredibilitas sumber dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berpolitik. Artinya Ho ditolak sedangkan Ha di terima.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah variabel X1, mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X1 yaitu terpaan program acara mata najwa terhadap variabel Y yaitu minat berpolitik generasi z dalam. Pada variabel X2, mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X2 yaitu kredibilitas sumber terhadap variabel Y yaitu minat berpolitik generasi z. Sedangkan pada kedua variabel bebas yaitu X1 dan X2, peneliti mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X1 yaitu Terpaan Program Acara Mata najwa dan X2 yaitu Kredibilitas Sumber terhadap Y yaitu Minat Berpolitik Generasi Z. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah penelitian serupa di masa yang akan datang sebaiknya dapat mengembangkan variabel-variabel yang sudah ada pada penelitian sebelumnya untuk dibandingkan dengan penelitian selanjutnya, sehingga penelitian dapat dilihat dari perspektif yang lebih luas.

---

---

## Referensi

- Anugrah, Dea (2017). Masa Depan Di Tangan Generasi Z. Jakarta: Tirto.id
- Ardianto, E. &. (2005). Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Bungin, Burhan (2001) Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif. Yogyakarta: Gajah Mada Press
- Kriyantono, R. (2008). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Malang: Kencana prenada media group
- Putra, H. A. (2016). Pengaruh Program Mata Najwa terhadap Kepuasan Penonoton.
- Effendy, Onong Uchjana. (1993). Ilmu,Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Effendy,Onong Uchjana. (2007). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rafi, M., & Syam, H. M. (2019). Efektivitas Kampanye Partai Solidaritas Indonesia Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kaum Muda Berpolitik”(Studi Pada Pengurus Partai Solidaritas Indonesia DPD Banda Aceh)”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 4(4).
- Rakhmat, Jalaludin (2003). Metode penelitian komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Samatan, Nuryati. 2018. Riset Komunikasi II. Jakarta: Gunadarma
- Saleh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab. 2004. Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Prespektif Islam). Jakarta: Kencana
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- 
-