

OPINI PUBLIK PADA PROGRAM DIALOG INTERAKTIF KESEHATAN DI BATU TV

Dedi Irfing Sakan & Fathul Qorib

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi

dedi.irfingsakan@gmail.com

***Abstract.** Batu TV is a private television in Batu City that has a unique program for the community. Various programs are aired to provide quality information for residents of Batu City. The purpose of this study was to determine the views of the general public on one of the Batu TV programs, namely Interactive Dialogue on Health. The concepts of mass communication we use to analyze the program are integrated with the theory of public opinion. The method used is descriptive qualitative. This study found that the community was quite happy with the health dialogue program aired by Batu TV. The public does not have the attachment always to watch the program so that this program is considered less attractive to the audience. This research suggests that television stations make good programs and are still controlled for quality.*

Keywords : Public opinion, Batu TV, Interactive Dialogue on Health, Batu City

Abstrak. Batu TV merupakan televisi swasta di Kota Batu yang memiliki program khusus untuk masyarakat. Berbagai program ditayangkan guna menyediakan informasi yang bermutu bagi warga Kota Batu. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pandangan masyarakat umum terhadap salah satu program Batu TV yaitu Dialog Interaktif tentang Kesehatan. Konsep-konsep komunikasi massa kami gunakan untuk menganalisis program tersebut dipadukan dengan teori opini publik. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menemukan bahwa masyarakat cukup senang dengan program dialog kesehatan yang ditayangkan Batu TV. Khalayak tidak memiliki keterikatan untuk selalu menonton acara tersebut sehingga program ini dinilai kurang diminati masyarakat. Saran penelitian ini adalah agar stasiun televisi membuat program yang bagus dan selalu dikontrol kualitasnya.

Kata kunci : Opini publik, Batu TV, Dialog Interaktif Kesehatan, Kota Batu

PENDAHULUAN

Media massa kini tidak bisa di pisahkan lagi oleh kebutuhan manusia karena proses informasi yang telah di rangkum melalui media cetak maupun elektronik seperti televisi, koran, dan radio selalu berperan untuk memberikan informasi yang akurat mengenai berbagai fenomena kehidupan bermasyarakat dan bernegara, mulai dari informasi mengenai aspek sosial, kriminalitas, budaya, ekonomi, sampai dengan informasi mengenai politik. Media juga menjadi sarana komunikasi yang efektif antara pemerintah sebagai pengambil kebijakan dengan masyarakat. Dalam berbagai aspek, media sebagai pemberi informasi pada masyarakat, dan media massa juga memiliki kelebihan bahkan kekurangan.

Semakin tingginya tingkat arus informasi yang terjadi belakangan ini baik melalui media cetak elektronik bahkan internet, tidak lain merupakan bentuk nyata dari eksistensi media massa. Informasi tentang suatu kejadian yang terjadi disuatu tempat dapat dengan cepat ketahui oleh oaring-orang yang

berada jauh dari belahan bumi lain, semua ini tak lepas dari keberadaan media massa yang memberitakan informasi tersebut sehingga dapat dengan mudah diakses oleh khalayak.

Komunikasi massa adalah penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media massa yang berlandaskan teknologi sehingga suatu kebutuhan manusia yang dalam proses pemahaman dengan pengertian massa atau kelompok. Secara tidak langsung atau peran komunikan dan komunikator berada pada tempat yang berbeda, dalam komunikasi massa umpan balik relatif tidak ada atau bersifat tunda, komunikator cenderung sulit untuk mengetahui umpan balik komunikan secara segera. Untuk mengetahuinya, maka biasanya harus diadakan seminar terbuka yang menghubungkan antara komunikator dan komunikan secara langsung dengan diadakannya survey atau penelitian.

Dialog interaktif adalah program acara yang dirangkum bersama oleh suatu perusahaan media massa untuk mendiskusikan berbagaimacam hal topik dengan suasana santai tetapi serius, yang dipandu oleh satu moderator dengan narasumber atau tamu dalam bertanya jawab sesuai dengan keahlian dan pengalaman yang unik. Program pembicaraan tentang satu topik dengan harapan khalayak memiliki sikap yang kritis, nalar intelektual tinggi dan diimbangi dengan satu manfaat dalam menyikapi segala bentuk informasi atau berita yang didapat.

Program *talk show* atau dialog di televisi memiliki tiga komponen dasar, yaitu : studio televisi , *host* (pemandu acara), dan wawancara. Bernard M. Timberg dalam buku *Television Talk, A History Of The TV Talk Show* (Timberg, 2002:5) mengungkapkan program *talk show* di televisi memiliki prinsip-prinsip atau aturan-aturan. Prinsip pertama, acara tersebut dibawakan seorang *host* dibantu sebuah tim yang bertanggung jawab atas materi, pengarahan, dan bentuk acara yang akan ditampilkan). Prinsip kedua adalah mengandung percakapan berisi pesan. Prinsip ketiga, *talk show* merupakan suatu produk atau komoditi yang berkompetisi dengan produk lain. Yang keempat, *talk show* merupakan kegiatan industri yang terpadu dengan melibatkan berbagai profesi, mulai dari produser acara, penulis naskah, pengarah acara, *piñata* rias dan rambut, dan bagian marketing. Sebagai produk kebudayaan populer, produk ini harus bisa dijual.

Di Malang Raya sendiri terdapat 7 (tujuh) stasiun televisi lokal seperti Batu TV (Batu Televisi), Malang TV (Malang Televisi), ATV (Agropolitan Televisi), JTV (Jawa Pos Televisi), Dhama TV (Dhama Televisi), Gajayana TV (Gajayana Televisi), dan UB TV (Universitas Brawijaya Televisi). Dari tujuh televisi ini tidak semua memproduksi program dialog interaktif dengan pesan kesehatan. Program kesehatan dialog interaktif ini sudah disiarkan sejak televisi ini berdiri pada tahun 2004 lalu.

Dialog interaktif di siarkan dalam 1 (satu) kali sehari yaitu pukul 16:00-17:00 WIB untuk kembali mengingatkan pemirsa, program ini terkadang disiarkan secara *live* dan tayangan ulang, program ini ternyata tidak disiarkan pada hari minggu, sesuai dengan visi Batu TV yaitu melayani masyarakat Malang Raya, maka program kesehatan dialog interaktif ini dihadirkan para ahli medis, dan ahli pengobatan alternatif dalam berpengetahuan dalam menangani berbagai macam penyakit dengan proses pengobatan herbal dan terapi serta mempromosikan berbagai macam aset yang dimiliki masyarakat. Program televisi banyak menghibur serta member informasi. Sementara itu juga menambah wawasan dan juga informasi yang di sampaikan televisi kepada masyarakat cenderung lebih cepat dibanding media massa lainnya.

Alasan peneliti mengapa memilih program kesehatan dialog interaktif pada Batu TV, dengan alasan masih banyak stasiun televisi lokal maupun milik pemerintah. Bahkan dari kategori nasional dan komunitas, masing-masing mempunyai program kesehatan dialog interaktif selain Batu TV, namun peneliti ingin mengetahui nilai program tayangan berita yang didapati oleh khalayak atau masyarakat pada program tersebut karena Batu TV adalah televisi lokal yang mampu menghibur dan mendidik serta mewujudkan layanan yang maksimal, sehingga akan berdampak pada ketidakpuasan masyarakat sebagai penikmat layanan khususnya wilayah Malang Raya.

Masyarakat juga sebagai figur yang nyata sehingga televisi akhir-akhir ini baik lokal maupun nasional seharusnya tidak monoton dengan alasan bisnis bagi setiap perusahaan media, namun harus dengan pemberian makna yang akurat karena masyarakat atau audiens yang menjadi satu pasar dalam meningkatkan kualitas televisi itu sendiri. Motivasi yang ada pada seseorang merupakan kekuatan pendorong yang mewujudkan suatu perilaku guna mencapai tujuan kepuasan dirinya. Motivasi menurut McDonald adalah suatu perubahan energi di dalam pribadi seseorang yang tinggi dengan timbulnya efektif dan reaksi untuk mencapai tujuan (Hamalik, 2010:173). Motif dan motivasi merupakan dua komponen yang sangat penting membuat manusia mengerjakan suatu aktifitas

Motivasi merupakan pendorong bagi seseorang untuk melakukan aktifitas, diantaranya aktifitas belajar. Adanya motivasi dalam diri seseorang atau adanya dorongan dari luar akan semangat untuk belajar sehingga motivasi akan mengarahkan seseorang untuk melakukan aktivitas. Tujuan motivasi yaitu untuk menggerakkan atau menggugah seseorang agar timbul keinginan atau kemauan untuk melakukan sesuatu sehingga dapat memperoleh hasil atau mencapai tujuan tertentu (Purwanto, 2007 : 73). Motivasi seseorang dalam menonton televisi atau mengonsumsi media massa tergantung dari bagaimana program televisi tersebut memenuhi kebutuhan konsumen. Sehingga televisi harus selalu memperbarui programnya atau memperbaiki kualitas program yang sudah ada.

Media massa sebagai institusi penting yang memiliki kewenangan menyebarkan informasi kepada masyarakat jangan sampai malah tidak mendapatkan konsumen. Dalam ilmu *public relations*, media massa menjadi salah satu partner humas yang paling penting guna menyebarkan informasi suatu produk kepada khalayak. Di Kota Batu sendiri terdapat banyak tempat pariwisata yang memanfaatkan keberadaan media massa dengan baik sehingga mendapatkan kepercayaan dari masyarakat (Qorib & Syahida, 2017). Namun di sisi lain juga ada beberapa tempat wisata yang sudah berdiri lama tetapi kurang terkenal karena tidak mampu membangun jejaring dengan media massa maupun memanfaatkan media sosial (Qorib & Syahida, 2018). Karena itu, Batu TV sebagai media massa harus dapat memanfaatkan fungsi informasi yang dimilikinya untuk menguatkan kualitas program siarannya. Penelitian ini akan lebih membahas bagaimana opini masyarakat Kota Batu terhadap program kesehatan dialog interaktif di Batu TV.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif hendak menentukan pilihan perolehan sajian data dalam bentuk cerita rinci, mendalam dari para responden atau informan. Sementara itu menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2008) menyatakan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah

snowball sampling. *Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar (Sugiyono, 2008:85). Obyek penelitiannya adalah warga RW. 04 RT. 04 Kelurahan Jatimulyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Batu TV merupakan lembaga penyiaran swasta yang bersifat komersial dan berdasarkan badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya menyelenggarakan jasa penyiaran televisi. Stasiun penyiaran lokal adalah stasiun yang didirikan di lokasi tertentu dengan wilayah jangkauan terbatas dan memiliki studio serta pemancar sendiri. Wilayah jangkauan siaran adalah wilayah layanan siaran sesuai dengan izin yang diberikan, yang dalam wilayah tersebut dijamin bahwa sinyal dapat diterima dengan baik dan bebas dari gangguan atau intervensi sinyal frekwensi radio lainnya.

Batu TV merupakan televisi lokal pertama di Malang Raya yang menempati frekwensi lokal 48 UHF. Lokasi kantor dan studio siaran yang berada di lereng gunung dan pegunungan setinggi 1.100 m dari permukaan laut, sehingga ditunjang dengan keuntungan tersendiri bagi Batu TV dalam proses pengambilan gambar untuk sebuah produksi acara dan mampu menembus jangkauan pancar hingga pelosok Malang Raya. Program acara Batu TV terbentuk berdasarkan kerjasama dengan Team Kreatif Batu TV.

Dengan semua wilayah jangkauan dan penduduk Malang Raya, Batu Televisi mencoba menjawab tantangan antar stasiun televisi swasta yang nampak sekarang ini, baik persaingan program acara, seperti paket acara musik, film, olahraga, dialog, atau informasi berita bahkan persaingan dalam perebutan iklan, dengan kualitas yang tidak diremehkan begitu saja.

Program kesehatan dialog interaktif merupakan sebuah program di Batu TV yang memberikan segala informasi seputaran aset bisnis yang dimiliki dengan segala pengobatan terapi. Program dialog tentang kesehatan yang ditayangkan dapat dikatakan ada sepuluh program dialog sebagai berikut :

1. Interaktif Ki Kusno (pengobatan alternatif)
2. Interaktif Reiki (pengobatan alternatif)
3. Interaktif Kurnia Health Center (pengobatan alternatif)
4. Interaktif Jamu Dewa-Dewi (pengobatan alternatif)
5. Interaktif Klinik Kurnia (pengobatan alternatif)
6. Interaktif Balai (pengobatan alternatif)
7. Interaktif Hidayah Illahi (pengobatan alternatif)
8. Interaktif Refleksiologi Mujarab (pengobatan alternatif)
9. Interaktif Klinik Kirana (pengobatan alternatif)
10. Interaktif Klinik Pasak Bumi (pengobatan alternatif).

Menonton televisi mengandung pengertian menghabiskan waktu, memanjakan diri, ataupun meningkatkan wawaasan. Motivasi masyarakat terhadap menonton tayangan televisi merupakan suatu aspek yang dipakai dalam melihat sejauh mana efek, dan dampak tayangan televisi terhadap masyarakat. Motivasi disini berarti minat yang ditunjukkan melalui tingkah laku sederhana, ketika seseorang sadar dan merasakan sesuatu fenomena yang terjadi kalau mampu mengungkapkan dengan kata-kata atau mendapat dan mengalami perasaan suka ketika individu merasakan fenomena tersebut.

Langkah awal dalam mengapresiasi adalah pengenalan terhadap suatu objek. Jika seseorang belum mengenal objek maka orang tersebut belum melakukan kegiatan apresiasi, dengan mengenal objek yang bersangkutan maka seseorang dapat mendeskripsikan sebagai hal yang berhubungan dengan objek tersebut. Pada tahap terpaan atau kenikmatan ini responden melakukan aktifitas menonton tayangan-tayangan Batu TV secara umum. Untuk mengukur tingkat apresiasi responden terhadap program tayangan Batu TV maka digunakan indikator-indikator sebagai berikut :

a. Frekuensi Menonton dalam Satu Minggu

Yang dimaksud dengan menonton dalam satu minggu adalah waktu yang diluangkan responden untuk menonton tayangan-tayangan Batu TV dalam satu minggu. Dari hasil wawancara dengan responden ada yang antusias menonton acara hingga 5 hari dalam satu minggu seperti yang diungkapkan oleh Suyono, warga RT IV;

“Saya sering menonton acara dialog itu, walaupun hanya beberapa acara yang saya suka, kalau rata-rata mas ya; bisa sampai 4 hari walaupun sebentar-sebentar. Saya suka acara TV Lokal mas, apalagi terutama Batu TV walaupun tidak semua acara di Batu TV saya ikuti”.

Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Tomo, bahwa sering menonton acara TV Lokal juga seperti Batu TV. Intesitas menonton Tomo juga rata-rata sampai 4 hari dalam seminggu. Untuk saya mas, kadang menyenangkan kalau tonton acara suasana tidak asing kalau ada orang sendiri, yaitu warga Malang.

“ Semenjak munculnya TV Lokal di Malang saya sudah berminat nonton acara TV Lokal. Walaupun penyajiannya mas biasa saja, tapi sekarang penyajian TV Lokal di Malang sudah mulai bagus, termasuk acara dialog, saya sering nonton mas, mulai dari program itu muncul, kalau sampai sekarang kadang-kadang mas nontonnya sesuai waktu saja.

Namun tidak semua penonton antusiasme tinggi dalam menonton acara di Batu TV, rata-rata responden mengaku dalam seminggu cuman dua atau tiga hari saja menonton acara di Batu TV. Mereka masih suka menonton acara televisi nasional karena lebih bagus dalam pengemasan

acaranya, seperti yang dituturkan oleh Haris bahwa hanya dua hari saja menonton acara di Batu TV ini dalam satu minggu.

“Saya sih mas belum antusias sama acara TV Lokal gitu mas, termasuk Batu TV walaupun uda lama berdiri, saya lebih suka acara-acara di TV besar mas, pokoknya bedalah mas, lebih enak dibandingkan menonton di TV Lokal dan Batu TV”.

Pendapat Haris tersebut dibenarkan oleh beberapa responden yang lain. Ini dikarenakan bahwa dominasi televisi nasional dalam satu fungsi media massa yaitu *to intertain*, masih sangat kuat dan melekat dihati masyarakat. Walaupun sebenarnya dengan adanya Batu TV dan televisi lokal lainnya yang mengusung tema kebudayaan sejalan dengan salah satu fungsi televisi lokal. Terhadap warga Malang sendiri mampu memberikan nilai kedekatan emosional tersendiri bagi warganya. 15 responden masih berusaha meluangkan waktu untuk menonton acara Batu TV.

b. Frekwensi Menonton Dalam Satu Hari

Frekwensi menonton dalam satu hari adalah berapa banyak waktu yang diluangkan responden dalam menonton acara di Batu TV dalam satu hari. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat menghabiskan waktu 1 hingga 2 jam dan tidak seorangpun yang meluangkan waktu lebih dari 3 jam dalam sehari untuk menonton program-program acara di Batu TV. Data ini menunjukkan hasil yang jauh berbeda dengan frekwensi menonton dalam satu minggu. Frekwensi menonton dalam satu hari dikatakan masih rendah karena tidak ada satu orang pun yang memiliki waktu menonton lebih dari tiga jam dalam sehari, ini dikarenakan Batu TV setiap hari masih sedikit program acara yang bisa menghibur di hati masyarakat jaman sekarang. Ungkapan dari responden yang bernama Mujiono warga Mt. Haryono 47:

Untuk acara dialog ini saya masih suka dan terkadang saya mau meluangkan waktu untuk acara ini karena sajian acara dialog ini sangat bagus karena yang di bahas tentang kesehatan dan jenis-jenis penyakit dengan prose penyembuhan secara terapi, bagus juga tidak membosankan.

Pendapat Mujiono tersebut dibenarkan oleh responden yang lainnya, yang mengatakan acara di Batu TV terkadang kurang menarik. Adapun program kesehatan dialog interaktif ini dinilai cukup menghibur dan layak ditonton dengan penyajian yang tidak membosankan. Pemirsa adalah seseorang yang tidak bisa dipaksakan oleh media televisi untuk menyaksikan program siarannya. Oleh karena itu televisi harus pintar untuk mencari dan mengemas acara mereka sebaik mungkin untuk menarik minat pemirsanya.

Dalam hal menyaksikan program di televisi tidak semua pemirsanya benar-benar menyaksikan siaran tersebut sampai selesai. Untuk mengetahui apakah responden dalam menonton program-program Batu TV benar-benar untuk menonton atau hanya sekedar menjadi selingan, maka perlu diajukan kebiasaan responden untuk meluangkan waktu khusus dalam

menonton. Hal ini berguna untuk lebih memperdalam nilai kualitas penonton dalam mengikuti program siaran tersebut.

Fakta ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menonton Batu TV hanya kadang-kadang saja atau dengan kata lain sewaktu-waktu tanpa ada rencana sebelumnya. Ini berarti responden belum memiliki program acara tertentu yang mereka inginkan untuk benar-benar ditonton sehingga mereka tidak perlu meluangkan waktu khusus untuk menonton.

Yang dimaksud dengan kebiasaan responden saat menonton sebuah program acara responden mengikuti acara tersebut sampai selesai, atau diselingi dengan mengganti dengan saluran yang TV yang lain, atau bahkan tidak menonton sampai selesai. Hal ini dimaksud untuk mengetahui apakah responden dalam menonton sebuah program acara adalah benar-benar memperhatikan dan ingin memperoleh sesuatu dari tayangan yang bersangkutan atau hanya sekedar mengetahui sebuah acara televisi.

Rata-rata jawaban responden karena mereka tidak suka dengan tayangan iklan komersial. Jadi mereka ganti saluran televisi lain kalau sedang ada iklan. Namun dari hasil para responden mengaku justru yang dibuat selingan ketika acara sedang iklan adalah Batu TV bukan sebaliknya. Seperti yang diungkapkan Supardi sebagai berikut:

Saya kadang bosan dengan iklan-iklan yang ada di televisi yang lama dan di ulangi berkali-kali, jadi kalau iklan saya ganti saluran tv yang lain kalau ada acara yang bagus atau berita seputar malang raya saya bisa tonton selesai atau sampai terganti iklan juga. Kebiasaan saya kalau iklan saya ganti ke cenal yang lain karena basan sama iklan.

Dalam hal ini pemirsa melihat dengan sebuah acara televisi tidak semua mereka terima begitu saja, ada 3 cara yang disebut *mental screament* dimana salah satunya adalah *selecteve attention* individu hanya memberikan pesan yang memang menarik baginya.

Tahap pemahaman dimana responden mengerti atau memahami tentang maksud dan tujuan suatu tayangan. Mungkin sekali responden merasakan kepuasan dari tayangan-tayangan yang mereka tonton ataupun tayangan yang bersangkutan mampu memperluas pandangan dan wawancara. Sangat penting bagi seseorang untuk memahami sebuah tayangan, sebelum tayangan tersebut khalayak mengapresiasi program aca yang bersangkutan. Jika seseorang sudah mampu memahami program acara yang ditonton maka ia akan mampu memberikan penilaian yang obyektif. Berdasarkan hasil survey diketahui bahwa masyarakat cukup paham dengan program dialog interaktif Batu TV. Responden mendapatkan manfaat dari program yang ditonton, seperti yang diungkapkan responden sebagai berikut:

Ya saya pernah nonton acara itu. Dan dari acara tersebut saya sering tonton acara dialog kesehatan, saya dapat wawasan atau hal baru karena tentang kesehatan jadi dari situ kita

*dapat masnfaat, apalagi aku uda tua mas ya kadang senang karena jenis penyakit ayng dibicarakan ada yang pernah saya alami... **wawancara pada asi***

Pendapat responden lain seperti diungkapkan oleh Ismail yang mengakui mendapatkan manfaat dari isi program kesehatan dialog interaktif Batu TV.

Oya mas saya tau acara itu, paham mas kalau ada waktu luang lalu pas jam tayangnay aku pasti tonton mas, karena bagus mas acaranya tentang kesehatan, sangat menarik mas, kalau pernah terapi atau berobat kami sekeluarga belumpaernah karena belum mengalami jenis penyakit yang di siarkan di berita itu.

Hal yang hampir serupa dengan ungkapan Wulan yang merasa mendapatkan manfaat dari dialog interaktif tersebut:

*Pernah mas saya tonton lalu sekitar beberapa bulan gitu mas ibu aku sakit mas, sakit jantung lalu aku bawa ke tempat pengobatan atau alamat yang di kasi,dan ramuan atau obat-obatan yang di kasih buat di konsumsi akhirnya penyakitnya ibu agak mendingan mas, tapi sekarang jarang tonton mas karena banyak sibuk kerja. **Wawancara pada Wulan 28-maret- 2016***

Pada kemasan dialog interaktif Batu TV sudah terlihat cukup baik dalam penampilan. Namun melihat dari kemasan acara kurang baguas untuk menarik minat masyarakat. Diperlukan hal-hal pendukung yang lain untuk mendapatkan perhatian pemirsa. Sifat komunikasi massa media televisi adalah *transitoty* (hanya merasakan) oleh karena itu isi pesan yang akan disampaikan harus singkat dan jelas secara penyampaian, dan penguasaan pada tema atau sesuatu yang akan dibahas.

Berdasarkan sifat kominikasi massa media televisi seperti penjelasan diatas maka peran seorang pembawa acara atau narasumber haruslah penting. Banyak orang memilih banyak program di televisi karena ada alasan. Salah alasan yang utama mengapa orang lebih suka mengikuti suatu program acara dibanding dengan yang lain karena narasumber atau setingannya. Seperti yang diungkapkan oleh Soleh sebagai berikut :

“Tampilan program dialog masih simple walaupun pesannya sangat bermanfaat, tapi untuk kulit sebagai TV lokal sihsudah cukuplah. Hanya narasumber dan pembawa acara, kadang suasananya mas serius terusjadi suasana santai gak dapat mas, dan penguasaan materi penting juga bagi seorang narasumber”.

Pendapat seperti Soleh ini hampir senada dengan responden yang lain. Ini memperlihatkan bahwa Batu TV harus lebih memperhatikan aspek pembawaan setiap program dengan kemasan dan nuansa yang berbeda.Selain ingin mengetahui informasi dari sebuah program berita, seseorang juga ingin memperoleh tambahan wawasan. Manusia pada dasarnya memiliki sifat

ingin tahu yang besar. Mereka ingin tahu apa yang terjadi di tengah masyarakat, program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan gambaran pengetahuan kepada pemirsa.

No	Informan	Menonton Per Minggu	Nama Informan	Menonton Per Waktu/Hari
1	Suyono	2 hari/minggu	Suyono	30 menit/hari
2	Tomo	4 hari/minggu	Tomo	30 menit/hari
3	Haris	2 hari/minggu	Haris	20 menit/hari
4	Mujiono	3 hari/minggu	Mujiono	30 menit/hari
5	Supardi	2 hari/minggu	Supardi	10 menit/hari
6	Ismail	1 hari/minggu	Ismail	20 menit/hari
7	Asin	1 hari/minggu	Asin	30 menit/hari
8	Wulan	2 hari/minggu	Wulan	5 menit/hari
9	Soleh	2 hari/minggu	Soleh	20 menit/hari
10	Wanto	3 hari/minggu	Wanto	10 menit/hari
11	Ayu	1 hari/minggu	Ayu	-
12	Roni	2 hari/minggu	Roni	5 menit/hari
13	Isman	1 hari/minggu	Isman	10 menit/hari
14	Arie	2 hari/minggu	Arie	5 menit/hari
15	Siti	1 hari/minggu	Siti	10 menit/hari

Tabel 1 Durasi menonton informan.

Menurut De Fluer (Cangara, 2010), pengaruh atau dampak adalah perbedaan atau yang difikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh atau dampak ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Dengan adanya penambahan pengetahuan yang diakibatkan oleh sebuah tayangan program berita ini diharapkan nantinya bisa dijadikan referensi bagi stasiun sebagai pemilik program tayangan dan audiencenya yang baik, positif tentunya memiliki nilai serta kualitas yang tinggi.

Berita tidak hanya sekedar menyebarkan informasi saja akan tetapi juga dapat sebagai sarana hiburan yang edukatif bagi para pemirsanya, dengan adanya penambahan pengetahuan yang dimiliki oleh seorang audience. Masyarakat pun merasakan yang ditayangkan suatu media dengan baik. Apresiasi masyarakat terhadap program acara televisi lokal Batu Televisi Malang dalam penelitian yang dilakukan di Kelurahan Jatimulyo RW IV, RT IV Malang mengenai motivasi dan manfaat masyarakat khususnya di Kelurahan Jatimulyo Malang dalam mengapresiasi program acara Batu TV masih tergolong sedang-sedang saja namun tidak buruk.

Hasil dari masyarakat ketika diwawancara terlihat bahwa tayangan Batu TV masih belum begitu melekat di hati masyarakat dalam menonton program acara Batu TV hanya bersifat biasa-biasa saja. Dominasi siaran televisi swasta nasional terasa masih sangat kuat. Kebanyakan

tayangan di televisi swasta nasional yang berorientasi hanya 30% isi tayangan televisi yang bermuatan pendidikan dan informasi sedangkan 70%. Adalah televisi nasional yang kuat dengan acara hiburan atau talk show dan berita-berita yang sangat melekat kuat pada khalayak atau masyarakat

PENUTUP

Dari analisa terhadap pendapat yang dikemukakan oleh informan sebagaimana yang telah penulis sajikan pada bab terdahulu maka dapat ditarik kesimpulan bahwa apresiasi masyarakat Kelurahan Jatimulyo RW 04 RT 04, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang terhadap program kesehatan dialog interaktif Batu TV sebagai stasiun lokal adalah sedang-sedang saja. Informan mampu mengapresiasi dengan baik karena sebagian besar dari mereka memahami maksud dan tujuan, serta pesan yang ingin disampaikan dari tayangan program kesehatan dialog interaktif. Apresiasi yang kurang baik dari informan terhadap program tayangan Batu TV, dapat dilihat dari pendapat-pendapat yang mereka kemukakan pada masing-masing tahapan dalam mengapresiasi Batu TV sebagai stasiun televisi lokal.

Pada saat menonton Batu TV pun kebanyakan mereka mengganti-gantikan dengan saluran yang lain atau bahkan tidak menontonnya sampai selesai. Namun meskipun informan jauh menikmati Batu TV dan tingkat terpaan mereka rendah, mereka cukup mengetahui program-program acara yang disajikan oleh Batu TV terutama program-program yang menjadi andalan yaitu program kesehatan dialog interaktif. Tahap pemaknaan, pada tahap ini informan sudah cukup memahami tayangan-tayangan Batu TV mereka berpendapat baik program kesehatan dialog interaktif dan mampu memberikan manfaat bagi diri pribadi mereka khususnya dan masyarakat malang umumnya. Ini berarti mereka sudah mampu menangkap pesan atau informasi yang disampaikan oleh program Batu TV.

Tahap pemahaman, pada tahap ini sebagian besar informan berpendapat bahwa program kesehatan dialog interaktif sebagai suatu manfaat, rata-rata masih banyak yang perlu diperbaiki. Namun mereka mulai menilai kemampuan narasumber sudah cukup baik sebagai televisi lokal. Selain itu menilai penjelasan-penjelasan dari narasumber harus detail terhadap proses pengobatan secara terapi dengan ramuan herbal, walaupun nampak menjadi kesan bisnis atau proses pemburuan promosi dari sebagian usaha tetapi bermanfaat dan mampu menguatkan pesan yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Timberg, M. B. (2002). *Television Talk: A History Of TV Talk Show*. Texas : The University Of Texas Press
- Hamalik, Oemar. (2010). *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Purwanto. (2007). *Instrumen Penelitian Sosial dan Pendidikan Pengembangan dan. Pemanfaatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Cangara, Hafied. (2010). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. (2008). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT BPK Gunung Media
- Qorib, F & Syahida, AR. (2018). Decreasing Popularity Of Ceramic Tourism Village Of Dinoyo Malang In New Media Age. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 2 No 1 Hal 31-38.
- Qorib, F & Syahida, AR. (2017). Strategi Media Relations Museum Angkut Kota Batu untuk Meningkatkan Popularitas. Jurnal Reformasi Vol 7 No 1 Hal 47-55.
- Sugiyono. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, R&D Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.