

PROGRAM TALK SHOW KATA SANDI DI INEWS DAN MINAT BERWIRSAUSAHA MASYARAKAT KELURAHAN PULO GEBANG DI MASA PANDEMI COVID-19

Ferina Syafa Vaagna¹, Rini Riyantini², Vinta Sevilla³
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Naskah diterima tanggal 16-07-2021, direvisi tanggal 16-02-2022, disetujui tanggal 30-01-2022

Abstrak. Pengangguran di DKI Jakarta masih menjadi permasalahan yang belum teratasi. Hal ini akibat dari rendahnya persentase kewirausahaan dan terbatasnya lapangan pekerjaan yang bertambah akibat adanya pandemi Covid-19. Berdasarkan data dari BPS, DKI Jakarta menjadi penyumbang angka pengangguran tertinggi karena jumlahnya yang semakin meningkat sebesar 10,95%. Melalui stimulus program talk show “Kata Sandi” diharapkan masyarakat tidak terpaksa menjadi pencari kerja tetapi harus beralih sebagai pencipta lapangan kerja dengan memulai tekadnya untuk memiliki minat berwirausaha. Penelitian ini memiliki implementasi yang berkaitan dengan Teori S-O-R, sehingga dari relevansi tersebut penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah stimulus dari program talk show “Kata Sandi” berpengaruh terhadap hadirnya respon masyarakat dengan memiliki minat berwirausaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian eksplanatif. Teknik pengambilan data menggunakan jenis survei melalui kuesioner yang dibagikan melalui whatsapp kepada 100 orang responden wilayah Kelurahan Pulo Gebang. Melalui uji regresi memperoleh hasil terdapat pengaruh antara variabel program talk show terhadap variabel minat berwirausaha, dan uji hipotesis dinyatakan dengan ketetapan H1 diterima dan H0 ditolak. Maka kesimpulannya adalah Program talk show “Kata Sandi” berpengaruh terhadap minat berwirausaha, terutama kepada masyarakat Kelurahan Pulo Gebang, Jakarta Timur.

Kata kunci: Stimulus pesan, *talk show* Kata Sandi, minat berwirausaha

Abstract. *Unemployment in Jakarta is still a problem that has not been resolved. This is a result of the low percentage of entrepreneurship and the limited number of jobs that have increased due to the Covid-19 pandemic. Based on data from BPS, DKI Jakarta is the highest contributor to the unemployment rate because the number is increasing by 10.95%. Through the stimulus of the program talk show “Kata Sandi” hoped that people will not be fixated on being job seekers but must turn as job creators by starting their determination to have an interest in entrepreneurship. This study has an implementation related to S-O-R Theory, so from this relevance this study aims to prove whether the stimulus from the program talk show “Kata Sandi” effect on the presence of community responses by having an interest in entrepreneurship. This study uses a quantitative approach with explanatory research methods. The data collection technique used a survey type through questionnaires distributed via WhatsApp to 100 respondents in the Pulo Gebang Village area. Through a regression test, the results show that there is an influence between the talk show program variable on the variable of interest in entrepreneurship, and the hypothesis test is stated with the determination that H1 is accepted and H0 is rejected. So, the conclusion is that the program talk show “Kata Sandi” has an effect on interest in entrepreneurship, especially for the people of Pulo Gebang Village, East Jakarta.*

Keywords: *stimulus, talk show Kata Sandi, interest in entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Informasi menjadi hal yang tidak terpisahkan dalam melakukan berbagai aktivitas, misalnya ketika seseorang berkomunikasi maka secara tidak langsung orang tersebut telah menyampaikan informasi kepada orang lain dan sebagai upaya untuk mengurangi ketidakpastian. Informasi tidak hanya sekedar pesan yang dikirim komunikator kepada komunikan, tetapi informasi harus memuat fakta maupun data yang telah diolah untuk mengurangi ketidakpastian dalam mengambil suatu keputusan (Yusup & Subekti, 2010). Informasi akan tersampaikan apabila terdapat unsur komunikasi seperti komunikator, pesan, dan komunikan. Namun, apabila tujuannya untuk menyebarkan informasi perlu adanya unsur tambahan yaitu dengan menggunakan media. Salah satu media yang dapat mengomunikasikan suatu pesan secara luas adalah dengan menggunakan media massa. Proses komunikasi massa penggunaan media massa berguna sebagai teknologi penunjang yang berkontribusi untuk menginformasikan sekaligus mempersuasi komunikan dalam jangkauan yang luas dan dalam waktu yang singkat (Romli, 2016, hal. 8).

Menurut Romli (2016) media massa memiliki tiga efek yang dapat mempengaruhi khalayaknya yaitu, efek kognitif adanya kesadaran dan tambahan pengetahuan, efek afektif berupa timbulnya perasaan emosi dan minat, serta behavioral dengan hadirnya suatu tindakan atau perilaku akibat pesan persuasi dari media massa. Ketiga efek tersebut, menjadikan televisi sebagai media massa berpotensi untuk menginformasikan, menstimulasi, serta mengurangi ketidakpastian. Teori S-O-R memiliki asumsi yang berkaitan dengan media massa yang menjelaskan bahwa efek dari media massa akan terarah dan penyerapan efeknya akan sesegera mungkin apabila stimulus pemberian pesannya lebih terarah. Singkatnya komunikasi harus memiliki proses memahami dan mengerti pesan sehingga komunikan bereaksi terhadap pesan tersebut. Oleh karena itu, untuk mencapai reaksi yang diharapkan perlu adanya kualitas stimulus yang lebih terarah (Rahayu et al., 2016, hal. 3). Kemudahan televisi untuk memberikan informasi menjadikan TV sebagai media yang memiliki fungsi untuk khalayaknya. Menurut Devito (2011) televisi memiliki 6 fungsi diantaranya fungsi untuk menghibur, meyakinkan, menginformasikan, memberi status, membius, dan menciptakan rasa kebersamaan. Media televisi di Indonesia mengalami perkembangan dengan semakin meningkatnya jumlah stasiun televisi dan banyaknya program yang disajikan (Mabruri, 2013). Inews merupakan salah satu stasiun televisi yang memiliki berbagai program acara salah satunya program *talk show* "Kata Sandi". Program *talk show* menarik untuk dikaji karena menurut Komisi Penyiaran Indonesia (2019) *talk show* merupakan program televisi yang memiliki kualitas terbaik diantara program lainnya, karena dapat menstimulasi edukasi tetapi tetap memiliki unsur hiburan. Program *talk show* ini merupakan salah satu program yang dapat menjembatani pemberian stimulus kepada khalayaknya. Program ini masuk sebagai kategori *talk show* inspiratif yang dipandu oleh Sandiaga Uno dan ditayangkan secara langsung setiap hari Senin pukul 20.00 WIB. Program ini membagikan cerita pengalaman para wirausahawan penggiat UMKM yang bercerita tentang kisah inspiratif dan cerita singkat hingga akhirnya dia mampu untuk memperdaya hidupnya dengan berwirausaha. Selain itu, program ini juga menghadirkan bintang tamu yang berkualitas dan kompeten dalam membahas isu yang berkaitan dengan ekonomi, bisnis, dan UMKM. Selain itu, program ini menarik untuk diteliti karena ingin menguji realita pemberian stimulus yang sesuai dengan pernyataan dari Teori S-O-R.

Tema yang dibahas pada program *talk show* "Kata Sandi" sebagian besar berfokus pada hal yang berkaitan dengan UMKM untuk mengedukasi khalayak tentang informasi yang berkaitan dengan dunia bisnis tetapi diharapkan dengan tayangan ini, khalayak turut berminat untuk berwirausaha. Animo khalayak harus dibangkitkan karena sampai saat ini permasalahan ketenagakerjaan masih menjadi persoalan yang sangat serius. Selama satu tahun terakhir antara tahun 2019-2020 menurut laporan Badan Pusat Statistik (2020) mencatat pengangguran di DKI Jakarta mengalami peningkatan sebesar 4,41% atau setara dengan 233.378 jiwa. BPS juga mencatat tingkat Angkatan Kerja semakin bertambah sebanyak 39.680 jiwa. Akibatnya karena dampak dari kenaikan tersebut dan sedikitnya ketersediaan lapangan kerja, maka

Tingkat Partisipasi Kerja (TPAK) Jakarta menjadi turun sebesar 0,09% (Badan Pusat Statistik, 2020). Selama masa pandemi Covid-19 bidang ketenagakerjaan menjadi sektor yang juga terkena imbas akibat hadirnya wabah tersebut. Wakil Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Benny Soetrisno mengatakan, untuk mempertahankan perusahaan dan meminimalisir kerugian, tidak sedikit perusahaan yang melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) terhadap karyawannya (DDTCNews, 2020). Hingga saat ini DKI Jakarta menjadi penyumbang angka pengangguran tertinggi karena jumlahnya yang semakin meningkat sebesar 10,95%. Sesuai data yang dilaporkan oleh BPS akibat dari hadirnya pandemi Covid-19 hingga bulan Agustus 2020 sebanyak 175.890 jiwa menjadi menganggur. Selain itu dengan berbagai kebijakan yang ada, membuat para pekerja menjadi terkendala dalam melakukan aktivitasnya (Badan Pusat Statistik, 2020).

Guna mengatasi permasalahan ketenagakerjaan terutama terkait dengan tingginya angka pengangguran dan terbatasnya lapangan kerja, perlu adanya solusi sehingga mampu untuk menyelesaikannya. Masyarakat seharusnya tidak terpaku dengan keinginan untuk bekerja, tetapi seharusnya mampu untuk mencari jalan keluarnya dengan menciptakan peluang lapangan kerja dengan berwirausaha. The Global Entrepreneurship and Development Institute (2019) mengeluarkan laporan tentang riset Indeks kewirausahaan Global. Berdasarkan data tersebut Negara Indonesia masih berada pada peringkat ke 75 dari 137 negara lainnya. Artinya dari peringkat tersebut Indonesia belum mencapai setengah dari keseluruhan peringkat negara. Selain itu riset tersebut juga memperjelas bahwa persentase tingkat indeks berwirausaha di Indonesia masih cukup rendah. Sesuai dengan pernyataan Wakil Presiden Ma'ruf Amin bahwa jumlah masyarakat Indonesia yang berwirausaha masih sangat rendah dibandingkan dengan negara kawasan Asia Tenggara lainnya (merdeka.com, 2020). Hal ini menjadi bukti bahwa Negara Indonesia masih jauh tertinggal dari negara sekitar yang sumber dayanya lebih rendah. Berdasarkan hal itu bukan tidak mungkin Indonesia masih akan terus dirundung dengan permasalahan perekonomian.

Rendahnya tingkat persentase kewirausahaan di Indonesia dan masalah ketenagakerjaan seharusnya tidak lagi membuat masyarakat menjadikan bekerja sebagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhannya. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut, misalnya dengan cara membuka usaha. Berwirausaha mampu menjadi pilihan lain untuk memenuhi kebutuhan. Kegiatan ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan melalui aktivitas memproduksi, perdagangan, dan sebagai penyedia jasa yang bermanfaat bagi masyarakat. Selain itu dengan berwirausaha, manfaat yang didapat tidak hanya berdampak bagi diri sendiri tetapi bisa dilimpahkan kepada orang lain dengan tersedianya lapangan pekerjaan. Sesuai dengan pernyataan Menteri Ketenagakerjaan Ida Fauziah, untuk mengatasi lonjakan permasalahan pengangguran di Indonesia kehadiran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mampu mengatasi permasalahan ini. Selain itu, kehadiran UMKM di lingkungan masyarakat dapat memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja (ANTARASUMBAR, 2020).

Ketika masa pandemi Covid-19, persentase kepemirsaaan dan durasi khalayak menonton televisi bertambah. Berdasarkan riset oleh Nielsen Television Audience Measurement (TAM) pada 11 Maret 2020 - 18 Maret 2020 kepemirsaaan televisi bertambah 1,8%. Rata-rata durasi menonton televisi juga mengalami peningkatan dari 4 jam 48 menit menjadi 5 jam 29 menit atau setara dengan 40 menit (Nielsen, 2020). Terkait hal tersebut, membuat peneliti tertarik untuk meneliti televisi di tengah adanya berbagai permasalahan yang ada. Penelitian dilakukan di Kelurahan Pulo Gebang Jakarta Timur. Tingginya kasus penyebaran Covid-19 membuat Kelurahan Pulo Gebang menjadi populasi yang dipilih peneliti karena menjadi kasus penyebaran tertinggi diantara 10 kelurahan di Jakarta Timur (KOMPAS.com, 2020). Berdasarkan uraian latar belakang diatas, Apakah terdapat pengaruh yang nyata dari program talk show "Kata Sandi" di iNews terhadap minat berwirausaha masyarakat Kelurahan Pulo Gebang, Jakarta Timur di masa pandemi Covid-19?

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif karena ingin melihat apakah variabel program *talk show* berpengaruh terhadap variabel minat berwirausaha, digeneralisasikan menggunakan teknik analisis yang dinyatakan dalam bilangan angka statistik dan pernyataan deskriptif. Selain itu, pendekatan ini dipilih untuk menguji Teori S-O-R yang memiliki implementasi serupa dengan penelitian ini. Hasil penelitian akan menentukan ada tidaknya pengaruh sesuai hipotesis dan membuktikan relevansi teori ini. Jenis penelitian yang digunakan adalah survei, untuk memperoleh data ataupun suatu informasi dari responden yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian melalui penyebaran kuesioner. Survei dilaksanakan dengan memberi kuesioner yang terdiri dari beberapa pernyataan sesuai dengan variabel penelitian. Metode eksplanatif merupakan metode penelitian yang berperan untuk menemukan penjelasan dari hubungan sebab akibat mengapa suatu kejadian atau fenomena bisa terjadi. Penggunaan metode ini tidak lain untuk melihat apakah terdapat hubungan sebab akibat antara program *talk show* "Kata Sandi" di iNews terhadap minat berwirausaha masyarakat Kelurahan Pulo Gebang di masa pandemi Covid-19.

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di Kelurahan Pulo Gebang, Jakarta Timur yang berjumlah 106.812 jiwa. Populasi tersebut merupakan keseluruhan subjek yang berkaitan dengan penelitian yang memiliki karakteristik tertentu untuk diteliti, dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian menarik beberapa sampel untuk memudahkan penelitian akibat tidak memungkinkan untuk menghimpun data dari seluruh populasi yang ada. Oleh karena itu menurut Baily dalam (Priyono, 2012) agar menghimpun data menjadi lebih terarah, maka penelitian ini menarik sampel yang akan dijadikan gambaran karakteristik pada populasi. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik nonprobability sampling. Teknik ini dipilih karena banyaknya populasi dari masyarakat Kelurahan Pulo gebang dan peneliti tidak memiliki daftar nama serta informasi yang jelas terkait dengan populasi.

Tabel 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Program Talk show (X) merupakan tayangan televisi yang terdiri dari berbagai macam acara yang dipublikasi untuk memenuhi kebutuhan khalayak dan menstimulasinya dalam mengkonsumsi pesan media (Morissan, 2018)	Pembawa Acara	Penampilan	O R D I N A L
		Kecerdasan	
		Gaya Bahasa	
	Narasumber	Kredibilitas	
		Kompeten	
	Materi Acara	Tema	
		Aktualisasi Tema	
	Perangkat Acara	Penyampaian pesan	
		Komunikasi	
	Waktu Tayang	Durasi	
Jam tayang			
Minat Berwirausaha (Y) merupakan kondisi dimana seseorang akan melakukan suatu tindakan dengan senang hati dan mendorong terjadinya partisipasi dalam melakukan kegiatan (Ismulina & Muhayatsyah, 2020)	Kognitif	Tingkat pengetahuan	
		Pemahaman Informasi	
	Afektif	Tingkat emosional	
		Kesiapan untuk bertindak	
		Ketertarikan	

Sumber: Penelitian 2021

Berdasarkan jumlah populasi yang besar maka digunakan rumus Taro Yamane untuk mendapatkan besaran jumlah sampel yang akan diteliti. Setelah dihitung jumlah sampel yang diperoleh adalah sebesar 99,90 yang dibulatkan menjadi 100 orang responden. Pemilihan responden agar sesuai dengan penelitian ditentukan menggunakan teknik penarikan purposive sampling dengan menentukan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Peneliti menetapkan pertimbangan yang sesuai diantaranya masyarakat yang berdomisili di wilayah Kelurahan Pulo Gebang, mengetahui dan pernah menonton program talk show "Kata Sandi" di iNews, dan berusia produktif kisaran 15-64 tahun.

Teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner google form yang dibagikan secara massal kepada masyarakat Kelurahan Pulo Gebang melalui WhatsApp. Skala ordinal berguna untuk menyusun kuesioner dengan menggunakan lima kategori jawaban pada setiap pernyataan sehingga hasilnya merupakan data primer. Studi literatur digunakan untuk melengkapi data dari berbagai sumber literatur seperti jurnal, buku, peraturan, media, dan sumber lainnya, sehingga data tersebut melengkapi data sekunder.

Operasionalisasi variabel merupakan tabel yang bisa menggambarkan pembagian komponen tiap variabel dengan spesifik. Penelitian ini terdapat dua variabel yang memiliki porsi tersendiri yang disajikan secara jelas pada tabel 1.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan uji regresi untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel program talk show "Kata Sandi" terhadap variabel minat berwirausaha yang diolah menggunakan SPSS. Uji ini dilakukan dengan mengukur nilai koefisien determinasi yang dievaluasi menggunakan nilai Adjusted R Square yang disajikan pada tabel 2.

Tabel 2
Hasil Uji Regresi
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 ^a	.431	.425	3.563

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X, Program *Talk show*

Sumber: Penelitian 2021

Berdasarkan tabel 2 hasil uji regresi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,425 atau setara dengan 42,5%. Hal ini bermaksud bahwa program *talk show* "Kata Sandi" dapat dijelaskan oleh variasi minat berwirausaha, sehingga terdapat pengaruh nyata sebesar 42,5% dari program *talk show* "Kata Sandi" di iNews terhadap minat berwirausaha masyarakat Kelurahan Pulo Gebang di masa Pandemi Covid-19.

$$t = \frac{0,656\sqrt{100 - 2}}{\sqrt{1 - 0,656^2}}$$

$$t = \frac{0,656\sqrt{98}}{\sqrt{1 - 0,430}}$$

$$t = \frac{0,656 \times 9,899}{\sqrt{0,57}}$$

$$t = \frac{6,493}{0,754} \sim t = 8,611$$

Teknik analisis perhitungan uji hipotesis adalah dengan menggunakan perhitungan yang ditetapkan melalui perbandingan antara hasil t hitung dengan t tabel. Berikut rumus uji t yang digunakan pada penelitian pengaruh program talk show "Kata Sandi" di iNews dan minat berwirausaha masyarakat Kelurahan Pulo Gebang di masa Pandemi Covid-19.

Perhitungan yang dihasilkan pada data diatas memperoleh nilai t hitung sebesar 8,611. Selanjutnya untuk menentukan besaran nilai t tabel, ditetapkan taraf signifikansi sebesar 0,05 dengan nilai df berada pada urutan 98 (n-2), sehingga dapat ditetapkan bahwa nilai t tabelnya adalah 1,984. Berdasarkan perhitungan tersebut perolehan uji hipotesis pada penelitian ini adalah t hitung lebih besar dari t tabel dengan perolehan nilai $8,611 > 1,984$. Dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara program talk show "Kata Sandi" di iNews terhadap minat berwirausaha masyarakat Kelurahan Pulo Gebang, Jakarta Timur di masa pandemi Covid-19.

program talk show memiliki skor rata-rata sebesar 4,41 yang termasuk dalam kategori "Tinggi" yang dianalisis menggunakan garis kontinum. Dimensi Variabel program talk show yang memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,55 berada pada dimensi perangkat acara dan dimensi yang memiliki rata-rata terendah sebesar 4,23 ada pada dimensi waktu tayang.

Temuan pada penelitian ini berkaitan dengan pentingnya komponen pembawa acara pada program talk show. Indikator kecerdasan pada pernyataan ketiga (X_3), yang berisi "Sandi Uno mampu menguasai dan memahami materi yang disampaikan", menjadi pernyataan dengan rata-rata tertinggi pada dimensi pembawa acara sebesar 4,65. Responden setuju jika Sandi Uno merupakan sosok pengusaha sukses yang memiliki pengalaman dan pengetahuan tentang bisnis, sehingga ia berperan dengan baik untuk menjadi pembawa acara yang mampu menguasai dan memahami materi pada program talk show "Kata Sandi". Sandi Uno juga merupakan sosok inspirasi karena berhasil menyandang predikat summa cumlaude dengan IPK 4.0 saat tamat kuliah dari Wichita State University Amerika Serikat, ketika awal berkarir, Sandi Uno juga sudah menunjukkan talenta pada bidang ekonomi dan bisnis dengan menjabat sebagai Manajer Investasi di Seapower Asia Investment, Singapura (BIOGRAFIKU, 2020).

Narasumber merupakan komponen penting pada program talk show sesuai dengan pernyataan kesembilan (X_9). Pernyataan dari dimensi narasumber pada indikator kompeten menjadi rata-rata tertinggi sebesar 4,43 yang berisi "Narasumber program talk show "Kata Sandi" merupakan orang yang berkompeten untuk membahas setiap materi". Pernyataan ini disetujui oleh responden karena berlangsungnya program talk show ditentukan oleh narasumber dan keberadaannya berperan sebagai orang yang berkompeten untuk memberi stimulus informasi yang berkaitan dengan ekonomi, bisnis dan wirausaha di program talk show "Kata Sandi". Narasumber menjadi komponen penting karena saat program talk show berlangsung, narasumber akan menjadi pusat perhatian khalayak, sehingga keberadaannya dianggap sebagai pemberi solusi atas permasalahan yang ada (Kurniawan & Ashfahani, 2018).

Pemilihan tema yang relevan pada program talk show "Kata Sandi" menjadi poin penting yang diterima oleh khalayak khususnya masyarakat Kelurahan Pulo Gebang. Hal ini sesuai dengan pernyataan kedua belas (X_{12}) yang memperoleh rata-rata tertinggi dari dimensi materi acara pada indikator aktualisasi tema sebesar 4,49. Pernyataan tersebut berisi "Tema yang dibahas pada program talk show "Kata Sandi" memiliki pembahasan yang relevan". Menurut Wibowo pemilihan tema yang relevan yang menyangkut kepentingan khalayaknya menjadi daya tarik program talk show, hal ini karena dari adanya permasalahan yang berkaitan dengan masyarakat menjadikan program talk show dianggap sebagai salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan (Latief & Utud, 2015).

Agar stimulus informasi yang diberikan program talk show "Kata Sandi" bereaksi dan mendapatkan respon dari khalayak masyarakat Kelurahan Pulo Gebang, proses penyampaian pesan menjadi aspek penting. Aspek tersebut sesuai dengan pernyataan keenam belas (X_{16}) memperoleh rata-rata tertinggi dari dimensi perangkat acara pada indikator penyampaian pesan sebesar 4,57. Pernyataan tersebut berisi "Program talk show "Kata Sandi" menyampaikan pesan yang informatif tentang berwirausaha". Komunikasi akan mencapai keberhasilan, apabila proses penyampaian pesan berisi pemahaman, penerimaan, dan pengertian dari

komunikasikan sehingga akan berlanjut pada reaksi tertentu (Rahayu et al., 2016). Program talk show "Kata Sandi" memberikan pesan yang informatif melalui setiap komponen acara mulai dari narasumber yang kredibel, pemilihan tema yang relevan, serta narasumber yang kompeten. Informasi yang diberikan komunikator akan diterima dan diolah sedemikian rupa oleh komunikan agar mencapai tingkat pemahaman, sehingga dari proses tersebut akan menimbulkan reaksi berupa adanya minat berwirausaha.

Banyaknya penonton pada program televisi salah satunya ditentukan oleh waktu tayang. Sesuai yang dijelaskan pada pernyataan ke-21 (X_21) yang berisi pernyataan "Jam tayang program talk show "Kata Sandi" pukul 20.00 - 21.00 WIB sesuai dengan waktu luang penonton". Pernyataan ini memperoleh rata-rata tertinggi dari dimensi waktu tayang pada indikator jam tayang sebesar 4,31. Pukul 18.00-22.00 merupakan waktu kepemirsaaan televisi lebih banyak dibanding waktu yang lain, hal ini karena jam tersebut menjadi waktu luang khalayak untuk menonton program acara televisi (Ginting, 2015).

Minat berwirausaha memiliki skor rata-rata sebesar 4,36 yang termasuk dalam kategori "Tinggi" apabila dianalisis menggunakan garis kontinum. Dimensi Variabel minat berwirausaha yang memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,38 berada pada dimensi afektif dan dimensi yang memiliki rata-rata terendah sebesar 4,35 ada pada dimensi kognitif.

Salah satu cara untuk meningkatkan kognitif seseorang adalah dengan memperoleh informasi melalui tayangan yang ada pada program televisi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan ke-24 (Y_2) yang berisi "Setelah menonton program talk show "Kata Sandi" saya mengetahui lebih dalam tentang wirausaha". Pernyataan ini memperoleh rata-rata tertinggi dari dimensi kognitif pada indikator tingkat pengetahuan sebesar 4,33. Pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan jika responden yang berasal dari masyarakat kelurahan Pulo Gebang mengetahui informasi lebih mengenai wirausaha setelah menyaksikan program talk show "Kata Sandi". Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu dari Rahayu et al., (2016) yang menyatakan hasil bahwa program televisi menjadi media yang efektif untuk memberikan informasi yang dapat mempengaruhi khalayaknya sehingga bereaksi dengan adanya efek kognitif.

Selain kognitif, khalayak yang menonton program televisi yang telah melewati proses belajar (mendapatkan informasi) akan memperoleh tingkat emosional yang berkaitan dengan perasaan. Hal ini sesuai dengan pernyataan ke-27 (Y_5) yang berisi "Saya menyukai penyampaian informasi yang dibawakan oleh Sandi Uno pada program talk show "Kata Sandi" dan pernyataan ke-32 (Y_10) yang berisi "Setelah menyaksikan program talk show "Kata Sandi" saya berminat menjadi wirausaha karena dapat menciptakan lapangan kerja baru". Kedua pernyataan tersebut memiliki rata-rata yang sama dengan skor 4,52 yang diperoleh dari dimensi afektif pada indikator tingkat emosional dan ketertarikan. Data tersebut menyatakan jika responden menyukai penyampaian pesan oleh Sandi Uno, selain itu setelah menonton "Kata Sandi", responden memiliki keberanian dan keinginan berwirausaha karena ingin menciptakan lapangan pekerjaan. Pernyataan tersebut disetujui responden karena dengan adanya "Kata Sandi" minat wirausaha menjadi tumbuh karena setiap komponen program tersebut memiliki atensi untuk mempengaruhi respondennya. Setelah mempengaruhi responden dengan memberikan sentuhan afektif, selanjutnya minat responden menjadi wirausaha menjadi hadir.

Hasil penelitian ini menyatakan kesesuaian terhadap Teori S-O-R (Stimulus Organism Response Theory) sebagai teori yang diuji. McGuire menjelaskan untuk menghasilkan response yang dikehendaki berasal dari stimulus pesan dari komunikator yang kompeten dengan tingkat kredibel yang baik sehingga pesan tersebut diterima oleh komunikan dan proses komunikasi tersebut menjadi efektif dengan adanya efek yang diharapkan (McQuail, 2010). Teori S-O-R diimplementasikan pada penelitian ini karena keberadaannya berkaitan dengan 3 unsur komunikasi yaitu Stimulus sebagai komunikator, organism sebagai komunikan, dan response sebagai efek komunikasi.

Relevansi teori terhadap penelitian diuraikan kepada komponen yang ada pada penelitian, diantaranya variabel program talk show "Kata Sandi" (Stimulus) berperan sebagai komunikator yang membantu pemerintah untuk menstimulasi serta mempersuasi masyarakat dengan pesan

edukasi. Stimulus yang diberikan dinyatakan berpengaruh dengan baik sesuai dengan hasil penelitian. Hal ini karena khalayak (Organism) yang berperan sebagai komunikan tertarik dengan sajian program yang berkualitas, yang menghadirkan para pengusaha UMKM serta pakar yang berkompeten dalam membahas isu ekonomi, bisnis, dan bidang UMKM. Melalui proses pemberian stimulus dan diolahnya pesan dengan baik menyebabkan khalayak tertarik serta yakin dengan informasi yang diberikan. Berdasarkan muatan unsur-unsur tersebut maka khalayak bereaksi dengan efek yang diharapkan berupa hadirnya minat untuk berwirausaha (Response). Uraian yang telah dijabarkan tersebut membuktikan stimulus yang diberikan oleh program talk show "Kata Sandi" diterima dengan baik oleh responden sehingga berefek mempengaruhi masyarakat Kelurahan Pulo Gebang untuk memiliki minat berwirausaha di masa pandemi Covid-19 yang merupakan implementasi dari Teori S-O-R.

Berdasarkan analisis inferensial hasil penelitian menggunakan uji t memperoleh nilai t hitung sebesar 8,611. Selanjutnya, untuk menentukan pengaruh yang signifikan ditentukan besaran nilai t tabel untuk membandingkan keduanya, maka ditetapkan taraf signifikansi sebesar 0,05 dan nilai df sebesar 98 (n-2), sehingga nilai t tabelnya adalah 1,984. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini adalah t hitung lebih besar dari t tabel dengan perolehan nilai $8,611 > 1,984$.

SIMPULAN

Berdasarkan pengolahan data dari penyebaran kuesioner google form kepada 100 responden, penelitian program *talk show* "Kata Sandi" di iNews dan minat berwirausaha masyarakat Kelurahan Pulo Gebang di masa pandemi Covid-19 diperoleh kesimpulan sebagai berikut. Variabel program *talk show* diukur dengan menggunakan dimensi pembawa acara, narasumber, materi acara, perangkat acara, dan waktu tayang. Variabel minat berwirausaha diukur dengan menggunakan dimensi kognitif dan afektif. Adanya kelima dimensi yang saling berkaitan membuat perannya menjadi kuat untuk mempengaruhi khalayak pada tingkat efek kognitif dan afektif. Ketetapan adanya pengaruh tersebut diperoleh dari hasil perhitungan regresi dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,425. Hasil tersebut menyatakan bahwa terdapat pengaruh program *talk show* "Kata Sandi" di iNews sebesar 42,5% terhadap minat berwirausaha masyarakat Kelurahan Pulo Gebang di masa pandemi Covid-19. Perhitungan uji hipotesis juga memberikan ketetapan hasil memperoleh nilai t hitung $8,611 > 1,984$ (t tabel). Maka dari hasil uji tersebut program *talk show* "Kata Sandi" di iNews berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat Kelurahan Pulo Gebang, Jakarta Timur di masa pandemi Covid-19. Sehingga hasil hipotesis penelitian menyimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hasil tersebut memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara program talk show "Kata Sandi" di iNews terhadap minat berwirausaha masyarakat Kelurahan Pulo Gebang, Jakarta Timur di masa pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- ANTARASUMBAR. (2020). *Menaker: UMKM berperan penting dalam mengatasi pengangguran*. sumbar.antarane.ws.com. https://sumbar.antarane.ws.com/nasional/berita/1621170/menaker-umkm-berperan-penting-dalam-mengatasi-pengangguran?utm_source=antaranews&utm_medium=nasional&utm_campaign=antaranews
- Badan Pusat Statistik. (2020). Dampak Covid-19 Pengangguran DKI Jakarta Tembus Dua Digit. In *jakarta.bps.go.id* (Nomor 22).
- BIOGRAFIKU. (2020). *Biografi Sandiaga Uno, Terpaksa Jadi Pengusaha Karena "Kecelakaan"?* biografiku.com. <https://www.biografiku.com/biografi-sandiaga-uno/>
- DDTCNews. (2020). *Dampak Ekonomi Covid-19*. news.ddtc.co.id. https://news.ddtc.co.id/kadin-64-juta-pekerja-dirumahkan-atau-di-phk-akibat-corona-24551?page_y=770
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antarmasyarakat* (5 ed.). Karisma Publishing Group.

- Ginting, S. S. (2015). Wajah Tayangan Prime Time Televisi Indonesia : Dimana Kepentingan Publik Di Tempatkan? *KOMUNIKATIF Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 4(1), 18–41. <https://doi.org/10.33508/jk.v4i1.1623>
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2019). *Hasil Riset Indeks Kualitas Program Siaran TV Periode II Tahun 2019*. <http://www.kpi.go.id/index.php/id/publikasi/survei-indeks-kualitas-siaran-televisi>
- KOMPAS.com. (2020). *Ini 10 Kelurahan dengan Kasus Aktif Covid-19 Tertinggi di Jaktim*. Kompas.com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/12/10/05422261/update-ini-10-kelurahan-dengan-kasus-aktif-covid-19-tertinggi-di-jaktim>
- Kurniawan, A. H., & Ashfahani, S. (2018). Peran Narasumber dalam Keberlangsungan Program Talk Show Inspirasi Pagi di JAK TV Tahun 2016. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 10(03). <https://doi.org/10.38041/jikom1.v10i03.37>
- Latief, R., & Utud, Y. (2015). *Siaran Televisi Nondrama (ke-1)*. Kencana Prenada Media Grup. https://id.wikipedia.org/wiki/Siaran_televisi_digital
- Mabruri, A. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara Televisi Format Acara Non-Drama, News, dan Sport (Pertama)*. PT. Grasindo.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th editio). SAGE Publication. <http://docshare04.docshare.tips/files/28943/289430369.pdf>
- merdeka.com. (2020). *Wapres : Jumlah Wirausaha Indonesia Sangat Rendah Dibandingkan Malaysia dan Thailand*. merdeka.com. <https://www.merdeka.com/uang/wapres-jumlah-wirausaha-indonesia-sangat-rendah-dibandingkan-malaysia-dan-thailand.html?page=1>
- Nielsen. (2020). *COVID-19 dan Dampaknya Pada Tren Konsumsi Media*. nielsen.com. <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/covid-19-dan-dampaknya-pada-tren-konsumsi-media/>
- Priyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (ed.)). Zifatama Publishing.
- Rahayu, W. N., Sudaryanto, E., & Rochim, A. I. (2016). Pengaruh Tayangan Net 10 Terhadap Peningkatan Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Seorang Citizen Journalism. *Jurnal Representamen*, 2(1).
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa* (Adipramono (ed.)). Gramedia Widiasarana.
- The Global Entrepreneurship and Development Institute. (2019). *Global Entrepreneurship Index 2019*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17692.64641>
- Yusup, P. M., & Subekti, P. (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi (Information Retrieval)* (Pertama). Kencana Prenada Media Grup. <https://books.google.co.id/books?id=XuL0DwAAQBAJ&pg=PA85&dq=terpaan+informasi&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwi3o-Ky9-zsAhVDXSsKHRYFAXIQ6AEwAXoECAYQAg#v=onepage&q&f=false>