

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP INFORMASI HUKUM DALAM
ACARA INDONESIA LAWYERS CLUB TVONE
(Studi Deskriptif Kualitatif tentang Persepsi Mahasiswa Terhadap
Informasi Hukum Dalam Acara Indonesia Lawyers Club TvOne Periode 4
Februari-13 Mei 2014 Di Kalangan Pengurus KSP Principium Fakultas
Huku Universitas Sebelas Maret Surakarta.)**

DimasPrasetyo

Dwi Tiyanto

Chatarina Heny Dwi Surwati

**Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Abstract

TvOne as a news station presenting a talkshow which has the unique concept which has not been replicated by any television station, the show is ILC (Indonesia Lawyers Club). ILC can be said as a show that can give a knowledge and insight to the community, especially the Indonesian community as the nation's problem which shelled widely and can be explained from various sides and viewpoints, so as can give the different perception of the audience who saw it.

From the research it is found that perception is influenced by two factors. They are internal and external factor. Internal factor is a psychological and sosiopsokologis factor, in which in the study was found that there are some internal factors that can influence their perception. The internal factors are the activity and their reasons to watch the ILC show, their desire to know the implementation of the law in real life, their desire to know the information presented, speakers who presented, and the theme being raised. While the external factor that influence their perception in the research is the presence of significant others in this case are the family and the KSP Principium members, besides the encouragement from the organization to always attend the Indonesia Lawyers Club, and the existence of a new concept, presented by ILC show.

Keyword : College student's perceptions, Indonesia Lawyers Club's Perceptions, TV show's perceptions

Pendahuluan

Sebagai makhluk sosial, manusia tentunya tidak dapat hidup sendiri dan memerlukan sebuah cara untuk bersosialisasi dengan manusia lainnya. Untuk mengakomodasi kebutuhannya tersebut, komunikasi sangat dibutuhkan manusia untuk bersosialisasi dan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Tidak hanya komunikasi yang dilakukan secara langsung, tetapi terkadang manusia membutuhkan sebuah kelompok untuk menyampaikan pendapat dimana dalam kelompok tersebut bisa menampung aspirasi mereka. Salah satu lembaga yang mampu menampung aspirasi mereka adalah media massa.

Media massa secara teoritis memiliki fungsi sebagai saluran informasi, saluran pendidikan dan saluran hiburan. Fungsi hiburan khususnya media elektronik menduduki peringkat paling atas dari fungsi media massa. Fungsi media massa juga mempunyai keuntungan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak yang tidak terjangkau¹. Media massa yang sering di akses oleh khalayak adalah televisi. Televisi dalam sebuah keluarga sekarang ini menjadi sebuah kebutuhan pokok, karena televisi bisa menjadi media untuk mempererat tali kekeluargaan, mereka menjadikannya sebagai hiburan sekaligus sarana untuk berkumpul setelah seharian beraktifitas².

Segala sesuatu yang ditampilkan oleh media televisi dapat dengan mudah disaksikan oleh masyarakat dalam waktu yang bersamaan dan tidak jarang pula dapat menimbulkan efek yang sangat besar. Seperti yang dikatakan oleh Burhan Bungin, bahwa Efek media massa dapat mempengaruhi seseorang dalam waktu yang pendek sehingga dengan cepat mempengaruhi mereka, selain itu media massa bisa memberi efek dalam jangka waktu yang lama, sehingga memberi dampak pada perubahan-perubahan dalam waktu yang lama .³ Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat yang maju⁴.

¹ Werner J. Severin-James W. Tankard Jr, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta, 2001), Hlm 295

² Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta, 2011), Hlm 69-70

³ Burhan Bungin, S.Sos. M.Si, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskusi Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: 2006), hlm 315

⁴ *Ibid*, hlm 85

TvOne sebagai stasiun televisi berita menghadirkan sebuah acara talkshow berita yang mempunyai konsep unik dan belum ditiru oleh stasiun televisi manapun, acara tersebut adalah ILC (*Indonesia Lawyers Club*). Salah satu tayangan yang dapat menjadi wadah untuk menanggapi isu yang berkembang dimasyarakat. Acara ini dipandu oleh Karni Ilyas, Karni Ilyas adalah salah seorang tokoh jurnalis dan pejuang hukum Indonesia, acara ILC ditayangkan setiap hari Selasa jam 19.30 di TvOne.

Narasumber yang dihadirkan ILC adalah narasumber yang cukup pengalaman, mulai dari kalangan mahasiswa hingga para pejabat Negara. Mereka semua berasal dari kalangan pemilik kenamaan di panggung politik, hukum, seni dan budaya hingga penerus bangsa. Kasus-kasus yang di angkat dalam ILC sering dipengaruhi oleh politik, sehingga masyarakat terkadang dibuat bingung oleh kasus yang diangkat. Dalam ILC sering terjadi perdebatan diantaranarasumber yang dihadirkan.

Melihat fenomena diatas, penulis ingin mengetahui bagaimana Persepsi MahasiswaFakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta Terhadap Informasi Hukum Dalam Acara *Indonesia Lawyers Club* Tvone.Selain itu peneliti juga ingin mengetahui dampak apa saja yang mereka dapatkan setelah meliha ttayangan *Indonesia Lawyers Club*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif, lebih spesifik lagi adalah dengan metode studi kasus.penelitian ini menggunakan metode studi kasus tunggal karena penelitian ini dilakukan pada satu sasaran lokasi, yaitu KSP *Principium* Fakultas Hukum UNS. Oleh karena itu penarikan kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini hanya dapat diterapkan di KSP *Principium* Fakultas Hukum UNS.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti dapat merumuskan permasalahan penelitian yaitu“Bagaimanakah persepsi mahasiswa pengurus KSP *Principium* Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret tentang acara Indonesia Lawyers Club yang ditayangkan oleh TvOne?”

Tujuan

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui persepsi orang tentang *Indonesia Lawyers Club*.
2. Untuk mengetahui ragam persepsi berdasarkan kesan mereka yang berbeda.

Telaah Pustaka

a. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, media massa ini bisa berupa media elektronik (radio, televisi) dan media cetak (koran, majalah, tabloid, dll). Menurut pendapat DeFleur dan McQuails, komunikasi massa dapat diartikan suatu proses penyampain pesan/informasi dari komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas ke khalayak, dan secara terus menerus, dari penyampain pesan/informasi secara terus-menerus itu dapat menciptakan makna-makna yang diharapkan untuk bisa mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara⁵. Rahmat memberikan definisi komunikasi massa adalah sebuah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan informasinya dapat diterima secara serentak dan sesaat.⁶

Inayah dalam Jurnalnya mengatakan bahwa tujuan lain komunikasi massa adalah agar khalayaknya dapat merasakan pengaruhnya. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya⁷.

⁵ Mursito BM. *Memahami Institusi Media*, (Surakarta: 2000), hlm.3

⁶ Havied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:2002), hlm. 7

⁷ Inayah. *Tinjauan Psikologis Efek Komunikasi Massa (Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 11 No. 3)*. Semarang. 2011

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas⁸. Unsur-unsur komunikasi massa adalah komunikator, media massa, pesan, *gatekeeper*, khalayak, umpan balik.

b. Televisi Sebagai Media Massa

Kehebatan televisi dibandingkan dengan media komunikasi lainnya adalah dapat menyampaikan pesannya secara langsung dengan bantuan teknologi listrik⁹. Peran media televisi sebagai saluran komunikasi manusia, mencirikan bahwa proses interaksi manusia merupakan hal terpenting bagi masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan terhadap informasi yang berkembang. Selain itu, tingkat kepentingan dan kebutuhan masyarakat menjadi terpenuhi secara terarah dan jelas hal ini terbukti program televisi yang menayangkan persoalan masyarakat, lebih banyak ditonton oleh masyarakat dibanding dengan tayangan hiburan, namun penontonnya lebih dewasa dan berpendidikan, mereka juga dapat memberikan persepsi terhadap muatan acara yang ada dalam acara televisi yang ditontonnya¹⁰.

c. Perkembangan Televisi di Indonesia

Persaingan antara televisi swasta semakin hari, semakin terasa. Hal ini terbukti dari perubahan dan penambahan materi acara yang disajikan. TvOne sebagai salah satu stasiun televisi berita, selalu menghadirkan acara yang berbeda dengan stasiun televisi berita lainnya. Contoh acara berita yang ditayangkan oleh Tv One dan konsep acaranya berbeda dengan acara-acara berita lainnya adalah *Indonesia Lawyers Club (ILC)*.

ILC adalah acara berita yang menyorot tentang hukum di Indonesia dan dikemas dengan konsep *TalkShow*, acara ini dipandu oleh Karni Ilyas. Selain itu juga menghadirkan pakar-pakar hukum yang berkompeten untuk

⁸Burhan Bungin, *Op.Cit*, hlm. 71

⁹ Wawan Kuswandi. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta: 1996), hlm 26.

¹⁰*Ibid* hlm 29

menjadi nara sumber dalam acara tersebut. Pemilihan konsep acara ini berbeda dengan acara lainnya dengan maksud untuk menarik khalayak supaya menonton ILC daripada acara lainnya.

d. Dampak Televisi Sebagai Media Massa

Hadirnya acara yang bagus-bagus mendorong khalayak untuk membiasakan diri menonton televisi. Sering melihat televisi akan menimbulkan dampak bagi yang melihatnya. Dampak ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu dampak sosial dan dampak budaya. Dampak sosial dan budaya dari media televisi dapat membentuk informasi yang berkaitan di sekitar lingkungan kita, dapat mempengaruhi persepsi masyarakat, menciptakan agenda isu-isu yang dapat terjadi pada masyarakat sosial dan sebagai hiburan.

Dalam Jurnalnya *Public Perception of Media Role* Ayesha Sadaf mengatakan bahwa Peran media terutama paling penting adalah tidak hanya memberikan informasi umum tetapi juga dalam membuat atau menjembatani atas kesenjangan antara dua ujung yang berbeda dari sebuah isu.

“Media’s role is mainly important in not only providing information to general public but also in making or bridging up a gap between two different ends of an issue. What media is presenting is not important, but the angle with which it is covering and through which perspective it is performing its role is important. Another important variable of the study is Public Perception, is what people perceive about certain event, issue, organization, state, or anything in a ray of knowledge, information, cultural background or past experience they have (Peran utama media tidak hanya memberikan informasi umum tetapi juga dalam membuat atau menjembatani atas kesenjangan antara dua ujung yang berbeda dari sebuah isu. Apa media presentasi ini tidak penting, tetapi sudut yang itu menutupi dan melalui perspektif yang itu melaksanakan peran penting. Variabel penting lain studi persepsi publik, adalah apa yang orang mempersepsikan tentang peristiwa tertentu, masalah, organisasi, negara, atau apa pun di sinar pengetahuan,

informasi, latar belakang budaya atau pengalaman mereka memiliki masa lalu)”¹¹.

Media massa dalam kadar tertentu dan terhadap individu tertentu mempunyai pengaruh atau dampak. Ada banyak faktor yang ikut andil ketika kita menyimpulkan bahwa sebuah perilaku dipengaruhi oleh media. Pemikiran teoritik tentang dampak media mengalami perkembangan dan pergeseran waktu, dipengaruhi oleh suasana, tempat, dan waktu, serta beberapa faktor lingkungan, yakni : kepentingan pemerintah dan pembuat undang-undang, kebutuhan industri, aktivitas berbagai kelompok penekan, tujuan propaganda politik dan komersial, tekanan opini publik pada saat bersangkutan, dan model ilmu sosial¹².

e. Persepsi

Dalam bukunya Deddy Mulyana mengatakan persepsi adalah inti dari sebuah komunikasi, penafsiran adalah inti dari persepsi, yang dimana identik dengan penyandian-balik atau yang lebih dikenal dengan encoding dalam sebuah proses komunikasi¹³. Persepsi disebut sebagai inti komunikasi, karena jika persepsi tidak akurat, maka tidak akan mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Sedangkan menurut ada pakar lain yang mengatakan bahwa persepsi adalah proses yang mengorganisir dan menggabungkan data-data indera kita untuk dikembangkan sehingga kita bisa menyadari sekeliling kita termasuk sadar akan diri kita¹⁴.

Persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat panca indra yang kita miliki yang kemudian diterima oleh otak dan dipelajari. Seseorang tidak lahir untuk langsung bisa mengetahui bahwa garam itu rasanya asin dan es itu dingin. Semua indra itu mempunyai fungsi bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Melalui pengindraan kita mengetahui dunia dan kita bisa

¹¹ Ayesha Sadaf, *Public Perception of Media Role*, (Center for Media and Communication Studies International Islamic University:2011)

¹² Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa- Suatu Pengantar*, (Jakarta:1989), hlm 228

¹³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi sebagai suatu pengantar*, (Bandung, 2005), Hlm 167

¹⁴ Linda L. Davidof, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta:1988), hlm 232

memperepsikan apa yang kita lihat, dengar, cium, cicipi, atau yang kita sentuh. Dapat disimpulkan, persepsi mengandung tiga pengertian, yaitu : 1) merupakan hasil pengamatan, 2) merupakan hasil penilaian, dan 3) merupakan pengolahan akal dari data inderawi yang diperoleh melalui pengamatan¹⁵.

Persepsi dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal tergantung pada proses pemahaman seorang terhadap sistem nilai, tujuan, kepercayaan dan tanggapannya terhadap hasil yang dicapai. Faktor eksternal berasal dari lingkungan sekitarnya. Kedua faktor ini bisa menimbulkan persepsi karena sebelumnya sudah terjadi komunikasi¹⁶.

f. Teori Efek Komunikasi Massa

Setiap khalayak yang melihat atau mengkonsumsi media massa pasti terkena efek dari media massa tersebut. Sebenarnya efek dari komunikasi massa tersebut jelas dan nyata. Efek komunikasi massa bisa dibagi menjadi beberapa bagian. Secara Sederhana Keith R. Stamm dan Jhon E. Bowes dalam buku Nurudin membagi kedua bagian dasar. Yang pertama, efek primer meliputi terpaan, perhatian, dan pemahaman. Kedua, efek sekunder meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima dan memilih)¹⁷.

Stanley Baran dan Dennies Davis dalam bukunya Morissan mengatakan bahwa teori ini memiliki asumsi bahwa pengalaman kita terhadap kenyataan merupakan suatu konstruksi sosial yang berlangsung secara terus menerus. Khalayak audiens tidak hanya bersikap pasif dan menerima begitu saja informasi yang dikirimkan media, namun ikut aktif mengolah informasi tersebut, membentuknya dan hanya menyimpan informasi yang memang memenuhi kebutuhannya secara kultural¹⁸.

¹⁵ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung:2001), hlm 51

¹⁶ *Ibid*, hlm 52

¹⁷ Nurudin, *Op. Cit*, Hlm 206

¹⁸ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga massa*, (Jakarta, 2013), hlm 508

g. Asumsi Teori

Dalam teori ini terdapat beberapa asumsi dasar yang menjadi inti teori penggunaan dan kepuasan, dalam buku morissan Katz, Blumber dan Gurevitch mengatakan ada lima asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan terhadap media. Lima asumsi tersebut adalah : a) Audiensi aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media. b) Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan oleh audiensi. c) Media bersaing dengan sumber kepuasan lain. d) Audiensi sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media.

Penilaian isi media ditentukan oleh audiensi. Program televisi ILC yang dianggap tidak bermutu bisa menjadi berguna bagi audiensi tertentu karena merasakan mendapatkan kepuasan dengan menonton program tersebut¹⁹.

h. Teori Ketergantungan

Dimasa sekarang ini penggunaan media akan berlangsung secara terus menerus, apabila media mampu memenuhi kebutuhan individu. Model *Uses and Gratifications* yang mendasari penelitian ini merupakan koreksi atas model jarum hipodermik yang berasumsi bahwa komponen – komponen komunikasi (komunikator, pesan, media) sangat kuat dalam mempengaruhi khalayak. Jika model jarum hipodermik pada intinya tertarik pada apa yang dilakukan pada media pada khalayak maka model *Uses and Gratifications* bersifat sebaliknya, yaitu tertarik pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media. Menurut model ini, khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya²⁰.

i. Teori Kultivasi

Teori ini pertama kali dikenalkan oleh Profesor Goerge Gerbner seorang yang pernah menjadi Dekan di Annenberg School of Communication

¹⁹*Ibid* hlm 509

²⁰ Jalaluddin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung:1984), hal. 56

di Universitas Pennsylvania Amerika Serikat. Penelitian kultivasi yang dilakukannya lebih menekankan pada dampak.

Teori Kultivasi adalah teori yang memperkirakan dan menjelaskan pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengkonsumsi pesan media dalam jangka panjang. Menurut Gabner dalam bukunya morissan mengatakan bahwa media massa, khususnya televisi, menyebabkan munculnya kepercayaan tertentu mengenai realitas yang dimiliki bersama oleh konsumen media massa. Menurutnya, Sebagian besar yang kita ketahui, atau apa yang kita pikir tahu, tidak kita alami sendiri. Kita mengetahuinya karena adanya berbagai cerita yang kita lihat dan dengar melalui media²¹.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Studi kasus dalam penelitian ini adalah studi kasus tunggal karena peneliti hanya meneliti tentang kasus persepsi pengurus KSP *Principium* terhadap acara *Indonesia Lawyers Club* tentang muatan informasi hukum yang ada dalam acara tersebut selama periode bulan Februari tanggal 4 sampai bulan Mei tanggal 13 Mei 2014 dan penelitian ini hanya dilakukan pada satu sasaran. Di dalam penelitian ini hanya tertuju pada satu komunitas KSP *Principium*, Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam penelitian ini, penulis mendeskripsikan secara kualitatif mengenai Persepsi Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta Terhadap Informasi Hukum Dalam Acara *Indonesia Lawyers Club* Tvone, serta mendekati diri dengan pengurus KSP *Principium* Fakultas Hukum UNS untuk memperoleh informasi yang sedalam-dalamnya. Sementara data kualitatif diperoleh dari pengolahan informasi yang diperoleh dari sumber data primer melalui wawancara dan sumber data sekunder melalui dokumen resmi terkait.

²¹ Morissan, *Op.Cit*, hlm 519

Dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* karena teknik ini dipandang lebih mampu menangkap kelengkapan dan kedalaman data dalam menghadapi realitas yang tidak tunggal²². Dalam penelitian ini peneliti mengambil 6 responden yang berisi dari ketua umum KSP Prinsipium dan 5 Ketua dari divisi-divisi yang dipegang. Pengambilan responden ini didasari karena merekalah yang dianggap peneliti cukup mengerti dan paham seputar ILC dan isi acara dari ILC tersebut.

Sajian dan Analisis Data

A. Persepsi Terhadap Acara Indonesian Lawyers Club

1. Gambaran Umum Indonesian Lawyers Club

Salah satu program unggulan TVOne saat ini adalah Indonesia Lawyers Club, sebuah program talkshow yang dikemas secara interaktif dan apik untuk memberikan pembelajaran hukum bagi para pemirsanya. Selalu menghadirkan narasumber-narasumber utama dan melihat sebuah isu dari berbagai perspektif. Program ini awalnya hadir dengan nama Jakarta Lawyers Club yang lebih dikenal dengan sebutan JLC. Mengusung format yang sama dengan JLC, sekarang berubah nama menjadi Indonesia Lawyers Club (ILC). Tujuan umum dari program ini, seperti dikutip dari situs TV One adalah pembelajaran hukum bagi para pemirsanya.

2. Persepsi Pengurus KSP “Principium” terhadap acara ILC

Persepsi terhadap acara Indonesia Lawyers Club merupakan salah satu efek dari proses komunikasi, yaitu efek yang terjadi pada mahasiswa, dari hasil menyaksikan acara Indonesia Lawyers Club. Efek tersebut berupa bentuk pernyataan yang diberikan oleh mahasiswa melalui proses penilaian dan penghayatan.

Indonesia Lawyers Club adalah sebuah ajang diskusi hukum yang membahas isu yang sedang hangat diperbincangkan, yang dimana didalam

²² H.B. Sutopo, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Surakarta: 2002), hlm. 36

acaranya selalu menghadirkan banyak narasumber, sehingga bisa menghasilkan beberapa sudut pandang yang berbeda. Banyak pandangan yang berbeda dari mereka, tinggal bagaimana teori hukum yang mereka pakai. Dengan banyaknya sudut pandang, maka akan menghasilkan banyak informasi.

3. Faktor Internal Yang Mempengaruhi Persepsi Pengurus KSP Principium

a. Aktivitas Menonton ILC

Pengenalan terhadap acara *Indonesia Lawyers Club* di TvOne, merupakan awal dari pemahaman dan dapat dilihat dari seberapa sering informan menyaksikan acara *Indonesia Lawyers Club* dan apa alasannya melihat *Indonesia Lawyers Club*. Intensitas informan dalam melihat acara ILC berbeda-beda. intensitas menonton sebuah acara bisa dipengaruhi bagaimana alasan mereka menonton acara *Indonesia Lawyers Club*. Alasan setiap individu berbeda-beda alasan tersebut antara lain : a) Ingin mengetahui implementasi hukum dalam kehidupan nyata, ingin mendapatkan informasi hukum dan bidang selain hukum. Dari data diatas dapat dilihat alasan mereka melihat acara ILC karena :

1) Ingin mengetahui Implementasi Ilmu Hukum dalam kehidupan nyata.

Mereka tertarik untuk melihat tayangan ILC karena konten acara tersebut yang banyak menampilkan sisi hukum sehingga informan dapat mengetahui bagaimana hukum jika diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Mereka menyaksikan acara *Indonesia Lawyers Club* berdasarkan background pendidikannya dan tingkat kebutuhan mereka akan informasi seputar perkembangan hukum yang ada di Indonesia dan isu-isu terhangat yang sedang diperbincangkan yang dimana disini ILC selalu menayangkannya (menayangkan tentang informasi perkembangan hukum). Jadi dapat dilihat, bahwa informan tertarik untuk melihat acara

Indonesia Lawyers Club karena backgroundnya sebagai makhluk hukum yang ingin tahu tentang informasi – informasi yang terkini dan bisa melihat bagaimana mempraktekkan dalam kehidupan nyata.

2) Mendapat Informasi

Anggota KSP Prinsipium Fakultas Hukum UNS, lebih tertarik melihat ILC karena ingin mendapatkan informasi daripada ingin mencari waktu luang. Menurut mereka muatan informasi dalam acara Indonesia Lawyers Club lebih banyak dan bisa lebih di kaji ilmunya daripada aspek hiburannya. ILC memberikan informasi bukan hanya dari segi hukum tapi juga dari segi pengetahuan yang lain karena dihadirkan nara sumber yang berkompeten dibidangnya. Jadi banyak informasi yang didapatkan dalam acara ILC, karena tidak hanya informasi hukum saja yang diangkat tetapi juga ada informasi lain yang didapatkan.

b. Narasumber yang dihadirkan di ILC

Narasumber merupakan salah satu bagian penting dalam setiap acara *Talkshow*. Narasumber adalah salah pihak yang menjadi komunikator dalam sebuah proses komunikasi ini. Komunikator dalam hal ini tidak hanya sebagai pengirim pesan kepada audiens dan presenter , tetapi juga harus mampu menjawab semua pertanyaan terkait yang disampaikan oleh presenter. Dalam acara Indonesia Lawyers Club antara narasumber dan presenter saling berhadapan, presenter memberikan pertanyaan mengenai masalah yang berkaitan dengan tema yang diangkat pada episode tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi audience untuk melihat tayangan ILC selain tema adalah kompetensi narasumber dan kesesuaian narasumber terhadap tema yang dihadirkan dalam acara ILC.

Selain hal diatas, kejelasan dan cara penyampaian pesan atau argument dari narasumber kepada audience tersebut juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi khalayak dalam melihat acara ILC.

c. Selektifitas terhadap tema yang diangkat

Menyaksikan sebuah acara biasanya didasari dengan ketertarikan informan pada suatu tema tertentu yang diangkat oleh ILC tersebut. Dari sebuah ketertarikan akan memberikan kesan bahwa acara tersebut mampu menyajikan konsep berita hukum yang dikemas dalam bentuk diskusi interaktif. Sebuah ketertarikan akan mempengaruhi selektifitas informan dalam menyaksikan acara *Indonesia Lawyers Club*.

Proses selektifitas atau yang sering dikenal sebagai terpaan selektif (*selective exposure*), adalah suatu kecenderungan untuk memilih suatu acara untuk di tonton. Proses selektivitas dalam penelitian ini, mencakup motivasi dalam menyaksikan program acara Indonesia Lawyers Club dan pemahaman terhadap suatu isi acara. Pemahaman terhadap suatu program acara berawal dari pengenalan mereka pada acara *Indonesia Lawyers Club*. Selain itu, pemahaman juga berhubungan dengan perhatian informan dalam menyaksikan program acara tersebut. *Dalam menyaksikan Indonesia Lawyers Club*, informan bersifat aktif dan selektif yang dapat mempengaruhi tingkat persepsi mereka.

4. Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Persepsi Pengurus KSP Prinsipium

Persepsi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal dimana Faktor eksternal berasal dari lingkungan sekitarnya. Misalnya orang yang ada disekitarnya atau organisasi yang diikutinya. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan sebagai berikut :

1) *Significant Other*

Menurut George Herbert Mead dalam buku Kamanto Sunarto, yang dimaksud dengan *significant others* merupakan orang lain yang secara nyata penting bagi seseorang dalam proses sosialisasi²³. Adapun *significant others* yang mempengaruhi persepsi pengurus KSP *Principium* tentang tayangan Indonesia Lawyers Club adalah sebagai berikut. a) Anggota lain KSP *Principium*, anggota KSP *Principium* FH UNS sering berdiskusi mengenai kasus hukum yang sedang hangat dibicarakan di masyarakat dan mereka menyarankan informan untuk melihat acara ILC sebagai salah satu referensi tayangan yang memberikan ilmu hukum dari media. Diskusi terhadap kasus hukum yang sedang diangkat, sering terjadi disaat mereka melihat acara ILC secara bersama-sama. Adanya banyak orang yang ikut melihat dalam satu ruangan, akan mempengaruhi persepsi kita terhadap suatu hal. Dimana yang kita yakini bisa berubah karena adanya tanggapan dari orang lain yang bersamaan, dan khalayak akan lebih cenderung terpengaruh untuk berdiskusi daripada fokus melihat tayangan yang sedang ditayangkan, hal ini terjadi karena adanya interaksi yang aktif dalam sebuah ruangan yang diisi oleh beberapa orang. b) Keluarga, interaksi dengan keluarga pada saat melihat acara ILC secara bersama-sama bisa mempengaruhi persepsi mereka, karena tidak semua anggota keluarga mengerti tentang isu yang sedang diangkat, maka akan tercipta persepsi yang berbeda disaat melihat bersama keluarga di rumah.

2) Pengaruh Organisasi KSP “Principium” Fakultas Hukum UNS

Persepsi bisa tercipta atau terbentuk karena pengaruh dari organisasi yang diikutinya. Sedikit atau banyaknya pengaruh yang dirasakan tergantung bagaimana komunikasi setiap anggotanya dalam menanggapi sebuah isu yang sedang di perbincangkan. Organisasi sangat mempengaruhi bagaimana persepsi mereka terhadap hukum nantinya.

²³ Kamanto Sunarto, *Pengantar Sosiologi*, (Jakarta: 2004), hal. 22

Karena organisasi mereka menuntut untuk selalu mengikuti perkembangan hukum, maka organisasi mereka juga merekomendasikan acara ILC untuk diikuti guna mendapatkan informasi-informasi yang terbaru.

Acara ILC direkomendasikan oleh KSP *Principium* Fakultas Hukum UNS, karena didalam ILC banyak terdapat informasi yang bisa di angkat dan di informasikan ke khalayak secara lebih luas, dengan hasil diskusi dari para anggota KSP *Principium* maka isu-isu yang sebelumnya susah dimengerti khalayak luas, akan lebih mudah dipahami, karena di kaji terlebih dahulu sebelum di sebar luaskan.

3) Konsep Acara Yang Diusung

Televisi merupakan salah satu alternatif yang dapat dipilih dari berbagai macam jenis jasa hiburan yang ditawarkan dimana dari dahulu sampai sekarang masih tetap diminati oleh setiap orang apalagi mahasiswa. Dengan banyaknya acara-acara televisi yang hampir sama acaranya, membuat persaingan semakin meninggi. Adanya persaingan yang terjadi menciptakan suatu keunggulan bersaing dimana stasiun televisi tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, melainkan juga menjadikan mereka lebih baik dari pesaingnya.

ILC jauh berbeda dengan acara yang lain. Jalannya program acara ILC lebih atraktif, dan lebih banyak menghasilkan informasi tentang hukum di Indonesia dibandingkan acara yang lain. Dengan banyaknya narasumber yang dihadirkan maka akan terjadi pro dan kontra dalam menanggapi isu-isu yang sedang hangat diperbincangkan. Dalam acara lainnya, biasanya hanya menghadirkan beberapa orang saja, hal ini akan cenderung memberikan informasi dalam satu sudut pandang, karena tidak terjadi pro dan kontra dalam menanggapi.

Tetapi di dalam acara ILC sering terjadi diskusi yang berlanjut menjadi debat yang atraktif, tetapi diakhir diskusi tersebut tidak ditemukan satu titik temu yang senada/sejalan. Selain itu acara ILC sering dipengaruhi oleh politik. Jadi jalannya diskusi sering berat sebelah.

5. Dampak Acara *Indonesia Lawyers Club*

Bagi masyarakat awam jika tidak mengetahui apa-apa tentang hukum, mereka cenderung akan melihat hukum sesuai dengan persepsinya masing-masing tanpa melihat dari sudut pandang yang lain. *Indonesia Lawyers Club* sebagai salah satu acara yang membahas tentang hukum di Indonesia selalu memberikan informasi dari berbagai pakar hukum sehingga bisa memberikan ilmu kepada masyarakat luas, yang kelihatannya salah, belum tentu salah jika dilihat dari teori hukum yang ada.

ILC sering menghadirkan contoh nyata dalam penerapan hukum yang ada. Jadi tidak selamanya teori itu akan sama dalam kenyataannya. Hal ini yang memberikan perubahan pandangan hukum. Yang biasanya para mahasiswa/khalayak hanya melihat dari sudut pandang teori saja, dengan melihat ILC bisa mengetahui penerapannya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan data-data yang diperoleh serta hasil analisis yang disajikan pada bab-bab sebelumnya, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Persepsi mahasiswa anggota KSP Principium terhadap acara *Indonesia Lawyers Club* adalah Positif karena dalam acara *Indonesia Lawyers club* kandungan informasi tentang perkembangan hukum di Indonesia pada acara ILC sangat banyak. Hal ini dapat dilihat dari komentar beberapa responden yang mengatakan bahwa setelah melihat acara *Indonesia Lawyers Club* pengetahuan mereka tentang hukum bertambah. Pengetahuan yang sebelumnya tidak mereka dapatkan dibangku kuliah ternyata bisa didapatkan setelah melihat acara ILC. Setelah melihat acara ILC tersebut ada beberapa Responden yang mengalami perubahan pandangan hukum. Hal ini terjadi karena kurangnya ilmu yang didapat di bangku kuliah, tetapi mahasiswa bisa mendapatkan ilmu tambahan saat melihat ILC. Kasus yang menurut Ilmu yang didapat salah ternyata tidak selalu salah, hal

ini terjadi karena ada konsep hukum lain yang membenarkan kasus itu, dan tidak mesti ilmu hukum ini diajarkan di bangku kuliah.

Saran

- a. Bagi KSP Principium
 1. Setiap anggota diusahakan selalu mengikuti acara ILC, karena dengan selalu mengikuti acara ILC, maka informasi atau ilmu yang didapat akan selalu bertambah.
 2. Jangan meniru oknum-oknum hukum yang bertindak tidak sesuai dengan aturan hukum yang berlaku, dalam hal ini bisa di suap dengan uang atau dengan yang lainnya, untuk memenangkan sebuah perkara.
 3. Bisa memberikan informasi yang bisa lebih dimengerti oleh khalayak luas jika mempunyai pandangan tersendiri tentang isu yang sedang hangat diperbincangkan.
- b. Bagi acara *Indonesia Lawyers Club* dan TvOne
 1. Perdebatan diusahakan jangan sering terjadi berat sebelah.
 2. Dalam akhir perdebatan sebaiknya sering ditemukannya jawaban atau hasil dari perdebatan, karena di dalam ILC seringnya hanya terjadi perdebatan saja tanpa ada hasilnya.

DaftarPustaka

- Ayesha Sadaf .(2011). *Public Perception of Media Role*. Islamabad, Pakistan : Center for Media and Communication Studies International Islamic University, H-10
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa : Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckman*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Dennis McQuails. (1989). *Teori Komunikasi Massa- Suatu Pengantar*. Jakarta : Erlangga.
- Havied Cangara. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Inayah.(2011). *Tinjauan Psikologis Efek Komunikasi Massa (Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 11 No. 3)* .
- Kuswandi, W. (1996). *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Linda L. Davidof. (1988). *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.

- Morisan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi sebagai suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mursito. (2006). *Memahami Institusi Media : Suatu Pengantar*. Surakarta : Lind.. Pustaka
- Nurudin.(2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo
- Rahmat, Jalaluddin. (2001). *Psikologi Komunikasi*, Cetakan ke-17. Bandung :Remaja Rosdakarya.
- Rahmat, Jalaluddin. (1984). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sunarto, Kamanto. *Pengantar Sosiologi*.(2004). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Sutopo, H.B. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Werner J. Severin-James W. Tankard Jr. (2001). *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.